

APRENDER A EMPRENDER



EXPERIENCIA

Proyecto apoyado por





100 emprendedores comparten su experiencia para prepararte a enfrentar tus desafíos

DE LA IDEA AL NEGOCIO

ANDRÉS ORELLANA



"ATREVERSE Y SACRIFICARSE"

Publicista, fundador de Boardinglife, tienda online de deportes extremos, camping y Outdoor. Creador de una marca propia, Pro Outdoor, con un amplio mix de productos para camping y deportes al aire libre basados en la energía solar. Publicista Mención en Marketing y Negocios de la Universidad del Desarrollo con experiencia en marketing, publicidad, retail, comercio exterior e Importaciones. Constantemente emprendiendo y buscando oportunidades de nuevos negocios.

Nuestro emprendimiento comenzó el año 2011, cuando teníamos la idea de hacer una tienda de deportes donde se reuniera a todas las especialidades y los artículos relacionados a ellas para entregar un servicio integral.

Llegamos a la idea inicial analizando la situación de los consumidores, quienes cada vez tienen menos tiempo y la idea fue satisfacer su necesidad con un solo click, poder comprar productos y que lleguen domicilio. La idea fue realizar un servicio cómodo, rápido y de excelencia, todo esto atendido por el mismo dueño, ya que practico todos los deportes y por ende tengo un alto conocimiento de los productos.

Al principio realizamos un plan de negocios porque es fundamental saber cómo y dónde comenzar, por lo que recomendamos siempre realizarlo como una carta de navegación, así como hacer todos los estudios previos para no fracasar, entre más investigaciones se realicen mejor es el resultado.

La idea inicial comenzó sólo como tienda y con el tiempo fuimos creciendo y ampliando el mix de productos, marcas y proveedores. Luego nació nuestra propia marca de productos Pro Outdoor la cual se comercializa en el Retail.

Lo más difícil, en un principio, fue que hubo poco interés de las marcas, no creían en esta apuesta, pero con el tiempo logré demostrar que boardinglife es la mejor tienda online de deportes extremos y cada año son más los proveedores, marcas y los clientes que son parte de nuestra empresa, por lo que hoy contamos con más de 20 marcas y proveedores que se van incorporando a nuestra empresa, así mismo las visitas han aumentado y actualmente alcanzan los 20.000 clientes mensuales.

Para quienes recién comienzan, o tienen la idea de crear su propia empresa o negocio, ser independientes, les aconsejo atreverse y sacrificarse por lograr el objetivo. No cabe duda que al principio es difícil, pero si se tiene perseverancia se logra.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

DANIEL SFEIR



"HOY DARÍA MÁS PREFERENCIA A LA VELOCIDAD POR SOBRE PRETENDER DEMASIADO"

Ingeniero Comercial egresado de la Universidad Diego Portales, becado por la OEA en el Master en Sport Management del Instituto de Empresa de Madrid. Cuenta con experiencia internacional en diversas industrias donde algunos de los proyectos más relevantes en los que ha participado se encuentran la expansión Latinoamericana de los cines IMAX y del juego de azar Kino. Actualmente es el responsable de la expansión en Chile y gran parte de Latinoamérica de la Franquicia número 1 del mundo, la cadena de gimnasios Anytime Fitness.

La búsqueda de mi emprendimiento comenzó el año 2010, estaba buscando algo que fuera una buena mezcla entre mi profesión, habilidades y preferencias. Quería un negocio con buen retorno de la inversión, pero también con buen retorno emocional de la misma, por lo que el fit del negocio conmigo era fundamental.

La idea original del negocio no es la misma de hoy, inicialmente busqué realizar un gimnasio solo, Joe's Gym, pero descubrí que el reconocimiento de marca, la rápida implementación, la velocidad en maduración del negocio y ahorrarme tiempo y dinero era fundamental por lo que inmediatamente migre a la franquicia Anytime Fitness.

La necesidad está a la vista, Chile es el 5 país con más obesidad del mundo. Lo difícil no fue encontrar la necesidad sino que tener claridad con qué propuesta de valor satisfacerla. Tenía que ser diferenciada y con alta percepción de valor.

El primer gran pivote fue pasar de un negocio ideado 100% en casa, a formar parte de la franquicia mundial, Anytime Fitness. Luego, el segundo cambio más relevante fue la localización para Chile de una franquicia americana, lo que también implica una serie de adaptaciones a nuestra cultura. El tercer gran pivote fue comenzar a escuchar a nuestros miembros de Anytime Fitness Chile para adaptarnos rápidamente y no quedarnos en una propuesta que solo nace del oferente al consumidor sino que muy por el contrario, que cada club sea y tenga la identidad de los miembros que lo utilizan y conviven en él.

En un comienzo, realicé un plan de negocios muy exhaustivo, creo que a mi gusto más de la cuenta. Hoy mirando hacia atrás daría preferencia a un plan de negocios simplificado donde se encuentren los elementos más relevantes. Hoy daría más preferencia a la velocidad por sobre un plan que pretenda demasiado y, la prueba esta en que se ha dado lo planeado en dirección y resultados, pero hemos cambiado la forma ya en múltiples oportunidades.

En ese sentido, emprender es un tremendo desafío que requiere gran coraje y mucha fuerza interior, uno mismo es su propio motivador día a día y muchas veces uno asume el rol de público que te aplaude. Es emocionante y adrenalínico ya que constantemente estas trabajando al borde de los límites de lo conocido para uno mismo, al mismo tiempo que pavimentas la calle y la conduces.

Emprender requiere una gran cuota de irresponsabilidad e irreverencia ya que se reciben más “NO” que “SI” en el camino y, esencialmente perderle el miedo a sentir miedo porque se levanta contigo todas las mañanas como parte de lo inesperado. Se lo recomiendo a todo quienes sientan el deseo genuino, de lo contrario no les va a gustar y, por supuesto, mejor antes que después ya que no existe experiencia laboral como empleado que te prepare para ser un emprendedor o empresario, lo recomiendo 100%.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

DAVID ALVO



"LO IMPORTANTE ES EJECUTAR"

David es el fundador de LookUp.cl. Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Adolfo Ibáñez, vio la oportunidad de entrar en el mercado de la telefonía móvil junto a su socio Germán, logrando un ascenso sostenido del negocio a través de premios, reconocimientos y galardones que los llevaron a ser nominados por TheNextWeb.com, blog de tecnología de Estados Unidos, como "Mejor Aplicación Web del 2012" en los Chile Startup Awards.

En diciembre de 2010 conocí a quien sería mi socio, en ese entonces, estaba buscando un plan de telefonía móvil que fuera bueno para mí y, luego de más de dos semanas cotizando en varias compañías, no podía decidirme por alguno. Mi socio, a quien recién había conocido, me contó que tenía un proyecto en la Universidad, que trataba de un sitio web que publicaba todos los planes de telefonía móvil que habían en Chile para ayudar a las personas en el proceso de cotización, ese fue el primer encuentro con la idea. Desde un principio me gustó el concepto, lo que coincidió con mi tesis de grado de Ingeniería Civil Industrial, donde tenía la opción de crear una empresa.

En marzo de 2011 ofrecí a Germán hacernos socios 50% y 50%. Él tenía que desarrollar el sitio web y yo me preocuparía de hacer el plan de negocios, buscar inversión y generar los acuerdos comerciales. En ese sentido, el plan es un muy buen ejercicio para entender los desafíos que se tendrán adelante y enfocar los esfuerzos en los puntos claves para el éxito del emprendimiento. No obstante, una vez que ya estás en la marcha, me di cuenta que no hay que dedicar más del 20% del tiempo en planificar ya que lo importante es EJECUTAR.

En Septiembre de 2011 se empezó a poner seria la cosa, por un lado mis profesores de la tesis me decían que la idea era muy buena y que debía aprovechar mi espíritu emprendedor para sacar el proyecto adelante y, por otro lado, fuimos seleccionados por The Founder Institute para ser uno de los 35 proyectos (entre más de 150 postulantes) chilenos a incubarse en esta reconocida Incubadora de Negocios de nivel mundial.

Durante el proceso de incubación tuvimos que constituir nuestra empresa, armar un equipo y lanzar un prototipo. En enero de 2012 lanzamos nuestro sitio web, que coincidió con la implementación de la portabilidad numérica y, el camino desde ahí en adelante ha tenido altos y bajos.

La idea inicial era hacer un sitio web para ayudar a las personas a tomar mejores decisiones a la hora de contratar servicios, mientras que, hoy, seguimos con la idea, pero tuvimos que pivotear para ofrecer nuestro servicio a empresas donde se generan mayores ingresos. Además, nuestro Lookeador o Recomendador Inteligente de Planes de Celular, lo estamos vendiendo a empresas que ofrecen una gran gama de productos y quieren guiar a sus usuarios a elegir el producto más adecuado. Como dato, el Lookeador tiene un 56% más de conversión que un catálogo online tradicional, lo que nos llevó a venderlo como producto en sí para ayudar a las empresas a generar más ventas a través de su canal online. Hoy nos dedicamos exclusivamente a eso, a aumentar el porcentaje de conversión de sitios web de ecommerce con excelentes resultados.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

FELIPE LUER



"ESTE TRABAJO NOS PERMITE HACER REALIDAD NUESTRAS IDEAS"

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Diego Portales. Co Fundador de 3D Spirit, empresa dedicada al desarrollo soluciones de marketing digital, adaptando las tecnologías de última generación en las redes sociales con la experiencia del cliente en tiendas.

3DSpirit Marketing nace el 2008 como agencia digital en manos de mi socio Nicolás Molina y yo. La agencia se crea como base para efectuar una idea de una plataforma comercial. La ejecución del proyecto fue muy difícil y no funcionó por temas de gestión comercial, lo que requería era muchísimo más grande que lo que podíamos hacer nosotros dos, sin embargo, nos mostró el camino de lo que se venía digitalmente.

Pivoteamos más de 50 veces y, hoy el negocio abarca emprendimientos digitales de todo tipo, comenzamos a hacer apps para las marcas y app publicitarios embebidas en las redes sociales. A medida que íbamos teniendo clientes, comenzamos a desarrollar nuevas tecnologías, incursionando en la realidad virtual, kinect, hologramas, aplicaciones móviles, entre otras tecnologías.

No hicimos plan de negocios, todo lo fuimos haciendo en el camino y dentro de los consejos que nos han dado, el mejor ha sido seguir, seguir y seguir.

Con la plata que ganamos siempre vamos llevando a cabo proyectos propios, ideas que se nos van ocurriendo y que efectuamos sin financiamiento externo, por ejemplo: concienciapp, 101monkeys, greenmonkeys, SocialClic, Greenpic, Ladriyoverde, entre otras. Todas plataformas que tienen una fuerte connotación social o de mejora en temas de sustentabilidad ambiental.

Hasta ahora, entre fracasos y éxitos, hemos logrado aprender mucho, y lo mejor es que este trabajo nos permite hacer realidad las ideas que queramos, tomarnos 3 meses de vacaciones al año y no tener jefe a quien responderle preguntas.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

JUAN FRANCISCO SALAS



"SALIR AL MERCADO CUANTO ANTES CON UN PRODUCTO MÍNIMO Y LOS MENORES GASTOS POSIBLES"

Abogado de la Universidad de Los Andes. Ha participado en diversas iniciativas de corte social, actualmente Co-Founder & CEO de Belanit, tienda online con lo mejor del diseño independiente.

Belanit comenzó en Agosto del 2013 y el lanzamiento fue en diciembre del mismo año, hemos cambiado en algunos matices nuestra idea original gracias a la experiencia en la práctica que hemos adquirido posterior a nuestro lanzamiento.

Al inicio detectamos esta necesidad oculta en las mismas redes sociales donde las mujeres tienen la tendencia en visitar sitios de moda emergente y constantemente buscan nuevas tiendas para diferenciarse unas de otras. Nos dimos cuenta por un lado que había una gran necesidad por conocer diseñadoras y por otro, sabíamos que los artículos de moda actualmente son la categoría que está aumentando más las ventas en el comercio electrónico a nivel mundial. Ante ello, vimos una necesidad oculta que hacía match con una tendencia mundial, por lo que vimos una excelente oportunidad de negocio.

Por el momento hemos realizado el primer pivote, donde nos percatamos de las necesidades de nuestros clientes para tener una compra segura y una buena atención en el momento de la compra, además de advertir cuáles son los productos más demandados y por ende los que tenemos que dar mayor énfasis.

Uno de los puntos más importantes ha sido darnos cuenta que lo mejor es vender directamente desde las mismas tiendas y no gastar recursos en bodegaje, asimismo, comenzamos a incorporar un software de inventario en las tiendas que forman parte de Belanit para que ellas puedan vender directamente.

Comenzamos un plan de negocios desde el comienzo y si bien mantendríamos las bases, cambiamos ciertos matices. Ha sido muy gratificante poder liderar el equipo humano que compone Belanit, me he dado cuenta a lo largo de los diversos emprendimientos que he tenido que comenzar que el equipo es por lejos lo más importante y en Belanit el equipo es extraordinario.

En cuanto al proyecto en sí, aprendimos que lo mejor es salir al mercado cuanto antes con un producto mínimo y los menores gastos posibles, así tener un margen de prueba y pivotear lo antes posible. En Belanit lo realizamos de dicha forma y, aunque cometimos algunos pequeños errores también aprendimos a estar muy atentos a lo que el cliente quiere y espera de nosotros, no cerrarnos tanto en lo que nosotros queremos de nuestro servicio. Hay que empatizar continuamente con los usuarios.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

MATTHEW WOODHAMS



"ES IMPORTANTE VALIDAR TU IDEA Y LUEGO ESTRUCTURARTE"

Licenciado en Comunicación Multimedia de la Universidad del Pacífico, con más de 7 años de experiencia en negocios digitales y tendencias. Co-fundador de Vendobots, empresa de puntos de venta automáticos de accesorios relacionados con la tecnología, además de productor y conductor del programa de tecnología de TV cable, OhMyGeek!

La idea de nuestro emprendimiento nació hace más de 3 años y comencé averiguando sobre su factibilidad el año 2012. Partí viendo lo que estaba ocurriendo en otros países, hablando con distintos centros comerciales y conociendo la realidad en Chile en cuanto a precios, costos y operación.

Ejecutamos la idea el 2013 cuando obtuvimos financiamiento y lanzamos nuestra primera prueba piloto el 15 de Diciembre del 2013. Hoy tenemos 4 máquinas funcionando vendiendo artículos electrónicos y para Enero del 2015 llegarán 15 máquinas más para distintas categorías como tecnología, accesorios femeninos, productos de salud y belleza, entre otros.

La necesidad del negocio nace porque mi suegro ha sido dueño de tiendas tradicionales de retail desde los 80 y su principal reclamo siempre han sido los problemas y el costo del personal. Un negocio consume mucho tiempo, veía como tenía que pasar fines de semanas, navidades y otras fiestas en torno al trabajo. Siempre me ha fascinado el retail, pero sentía que había espacio para optimizar y tener mayor control sobre los procesos a través de la tecnología.

Sumado a lo anterior, los altos costos operativos y competición más diversa están cambiando la forma en que funciona el retail tradicional, con tiendas físicas, teniendo que salir del negocio o quebrar con mayor frecuencia debido a una incapacidad para adaptarse ante los nuevos formatos y tecnologías. Este cambio, sin embargo, entrega al mundo del retail nuevas oportunidades para funcionar, además de dar las herramientas para evolucionar las existentes.

Nuestra empresa automatiza los puntos de venta ayuda a tener más control y optimizar procesos, la idea de Vendobots surge de una tendencia que está despegando: Máquinas expendedoras para el consumidor del siglo 21, abandonando la clásica imagen de proveedores de golosinas y gaseosas, adaptándose y ofreciendo productos alternativos o no tradicionales que son directamente relevantes a su entorno.

El concepto inicial es el mismo con el que trabajamos hoy, automatizar el retail a través de puntos de venta inteligentes. Lo que ha cambiado son las estrategias y la tecnología.

En cuanto a las estrategias, nací en Inglaterra y voy cada vez que puedo a ver a mi familia, una vez fui cuando estaba en crisis económica. Las tiendas tradicionales de retail estaban todas en crisis, muchos cerrando definitivamente. Los únicos que estaban contratando personal, en vez de estar despidiendo, eran los "todos a mil". Me encantó el concepto, que es muy distinto a los que se conoce aquí y, volví a Chile con la idea que faltaba algo así, por lo que comenzamos implementando en nuestras máquinas un mismo precio para todo, 2.000 pesos y, nos fue bien, pero resulta que las personas gastan 100 mil pesos o más en un teléfono y compran accesorios más caros. Pivoteamos la idea del precio fijo y decidimos vender productos de hasta $10.000 pesos y los resultados fueron buenísimos.

En cuanto a la tecnología, tan buenos fueron los resultados de los precios variados que los clientes comenzaron a pedir productos aún más caros. Esto nos entregó un nuevo desafío. Las máquinas que estábamos usando eran las típicas máquinas de snacks con espirales, creados para vender barras de chocolates o papas fritas de 500 ó 1.000 pesos, ahora que estábamos vendiendo accesorios tecnológicos 10 veces más caros, las máquinas simplemente no eran para eso y necesitábamos algo mejor. Finalmente optamos por nuevas máquinas con pago por tarjeta de crédito y pantalla touch para visualizar los productos y modulares, para seguir creciendo.

Saliendo de la prueba piloto, una vez validado el negocio, hicimos un plan de negocio. Nos ayudó para organizarnos, saber hacia dónde enfocarnos y tener claro los objetivos a corto y mediano plazo. Siento que primero es importante validar tu idea y luego estructurarte y planificarte. No sirve de nada tener un plan de negocio de una idea que no es factible o rentable o que al segundo mes vayas a pivotear.

El mejor consejo que me han dado tiene que ver con mantener tu foco. Me lo enseñaron cuando tenía unos 16 años y ha sido la base de todo lo que he hecho, "Enfócate. No te desgastes preocupándote de cosas que no puedes resolver en este minuto".

Éramos sólo 2 personas y no sólo debíamos hacernos cargo de lo básico, las negociaciones y la gestión, sino de toda la operación; escoger y comprar los productos, etiquetar, etc. Mi departamento fue nuestra primera bodega. Al comienzo reponíamos productos dos veces a la semana, hacíamos las mantenciones a las máquinas, conocíamos nuestros clientes y estudiábamos sus comportamientos.

Todo lo tienes que hacer tú y si te gusta lo que haces y crees en el negocio, es una experiencia increíble. La validación del negocio es realmente el momento en que más aprendes en un emprendimiento y quizás lo más importante, es también donde te das cuenta que aún tienes mucho que aprender.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

PATRICIO MEKIS



“PROMETER POCO Y HACER MUCHO”

Fundamos bowlpark.cl en noviembre del 2009 pidiendo un crédito y comprando un furgón para nuestras escuelas de surf móvil y de skate para los meses de verano en los balnearios de Zapallar y Cachagua.

En un comienzo empezamos firmes con el proyecto de escuela de surf pero debido a la corta temporada alta que tenía, enero y febrero, nos expandimos al skate, ya que lo podíamos trabajar todo el año. Así, en marzo de 2011 abrimos nuestra primera sucursal en Santiago, en el Mall Sport, un local que abre casi todos los días del año y donde ya tenemos más de 5000 niños que han pasado por nuestra escuela. Finalmente el skate fue más potente y hemos trabajado sólo con esta disciplina durante los últimos 3 años. La escuela de surf es parte de nuestra esencia por lo que esperamos poder algún día retomar y complementarla con nuestra escuela de skate.

Más que una necesidad del mercado, vimos una necesidad personal sobre lo que queríamos hacer con nuestras vidas, junto con mi hermano Federico somos amantes del surf, skate y snowboard. Estas pasiones nos llevaron a realizar un proyecto que nos mantuviera cerca de ellas y así esperar poder estar toda la vida practicando estos deportes que tanto queremos. Esto nos ayudó para poder conocer perfectamente la parte técnica de lo que estamos desarrollando.

Mantuvimos por un par de años ambas escuelas, pero luego, al abrir sucursales en Santiago, era difícil poder manejarlas sin perder un poco la esencia de cada una y no podíamos estar nosotros mismos encima de cada detalle. Tomamos la decisión de seguir únicamente con el skate y queremos potenciarlo a nivel nacional. Hoy tenemos 4 sucursales y un gran desafío por delante, que es hacer crecer el deporte, queremos demostrar que es igual de increíble como el fútbol y el tenis.

La verdad que la pasión sobrepasó la planificación comercial, cuando empezamos, recién estábamos en segundo año de Universidad y la verdad que el hacer un plan de negocio no fue prioridad. Hicimos proyecciones de ventas y pequeñas evaluaciones, pero el motor principal fue la corazonada de que esto podría funcionar y que nosotros mismos queríamos hacer que esto funcionara para poder seguir con el estilo de vida que llevábamos.

Ninguno de los dos quería entrar a una oficina y ponerse un terno y corbata. Somos deportistas y queríamos seguir siéndolo en nuestro día a día. Después de un tiempo hemos ido desarrollando y puliendo un plan de negocio claro, proyecciones y presupuestos, puliendo la contabilidad etc. Creo que nos podemos catalogar como una empresa que ha ido aprendiendo en el camino, más que una empresa que aprendió y después empezó.

El mejor consejo lo heredé de mi abuelo Patricio Mekis, él decía “son mejores los hombres que prometen poco pero hacen mucho”, una frase inspiradora. Somos personas de trabajo, de hacer cosas, queremos demostrar lo que somos mediante nuestras acciones y la perseverancia. Comparto con mi hermano que eso es algo que siempre vamos a seguir haciendo, al igual que los deportes que enseñamos.

Puedo resumir mi experiencia en que tempranamente nos dimos cuenta que entrar al mundo laboral no es fácil. El ritmo de trabajo del mundo actualmente es muy rápido, como se dice en buen chileno “ponerle el hombro” ha marcado creo yo nuestra experiencia laboral.

Puedo acotar que creo que todos debemos seguir los sueños y que siempre uno los puede cumplir, es sólo poder poner ese sueño o proyecto firme delante de uno y remar con todo hacia él. No tener miedo a emprender ni hacer cosas distintas, creo que somos la generación adecuada para hacer eso y empezar a crear modelos de negocios nuevos y creativos.

Creo también firmemente en un cambio de cultura medio ambiental, en donde al menos nosotros, busquemos transmitir a nuestros alumnos la importancia de ver bien las cosas que uno hace en el día a día y cómo afectan a nuestro medio ambiente.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

ROBERTO MUSSO



"COMPLEMENTACIÓN Y ESTRATEGIA"

Ingeniero Electrónico de la Universidad Técnica Federico Santa María, con un MBA en la Universidad Adolfo Ibáñez. Socio fundador de AxonAxis, empresa de TI, proveedora de servicios web. La empresa fue vendida y Roberto se ha desempeñado como fundador socio de más de 25 compañías de TI. Autor del libro El Valle de la Muerte. Presidente de Digevo.

Todo comenzó el año 2005, en un almuerzo con socios, Hernán Orellana y Marcos Almendras, discutíamos la posibilidad de armar una empresa basada en servicios web, "el mail de las empresas". Mientras las ideas fluían, íbamos anotándolas en una servilleta, que luego sería un preciado recuerdo.

El potencial de los web services, sumado a la casi nula competencia existente en Chile, hizo que los socios estuvieran muy entusiasmados con la oportunidad de negocios que veían y se sentían confiados en poder capturarla por la experiencia que tenían en la industria.

En aquella época Hernán se había desempeñado en dos grandes empresas, por lo que sentía que podía hacer un gran aporte en el desarrollo de la estrategia comercial que requería el emprendimiento. Por mi parte, aportaba una importante experiencia en emprendimientos tecnológicos. Había fundado Soluciones Tecnológicas Integrales, una empresa de soluciones de Internet para clientes corporativos que después de cuatro años de vida fue vendida en el año 2000 a una empresa española. Por lo que me hice cargo de la estrategia tecnológica.

Marcos, en tanto, aportaba el entusiasmo y la motivación para transformarse en el emprendedor del proyecto. Él es ingeniero y trabajaba en el área de tecnología. En esos momentos se encontraba terminando su MBA y para el curso de proyecto final debía armar un plan para un nuevo negocio, por lo que el curso era una excelente oportunidad para estructurar de mejor forma este emprendimiento.

Los socios comenzamos a trabajar con dedicación en el plan de negocios de la futura empresa. Investigamos el mercado, aclaramos la estrategia y requerimientos necesarios para implementar el proyecto. También definimos la propuesta de valor para atraer a potenciales clientes y proveedores. Fue entonces que a la sociedad se sumó Daniel Villablanca, quien sería muy importante luego, en la fase de venta de la empresa.

Con la profundización en el proyecto, el concepto de negocio de AxonAxis evolucionó. El diseño original buscaba desarrollar productos digitales para ser ofrecidos a través de web services. Pero en su lugar optamos por convertirnos en un integrador de servicios de terceros, que operara como un gran supermercado de información, donde clientes y proveedores podían encontrarse en un punto único para realizar transacciones en línea y en forma automática.

Luego, conseguimos fondos en diferentes instituciones que nos apoyaron con financiamiento y feedback. Con esos consejos pulimos el proyecto y, lo que era aún más importante, Fundación Chile decidió ejercer su opción para financiar AxonAxis y entrar en la propiedad de la empresa.

Contando con el respaldo de la Fundación, en Diciembre de 2005 postulamos el proyecto al financiamiento de capital semilla de CORFO.

Con estos fondos más la inversión de los socios, AxonAxis ya tenía asegurado un capital inicial para iniciar operaciones.

Nuestro objetivo siempre ha sido desarrollar proyectos de TI que puedan impactar positivamente en el desarrollo de la economía del país, para lo cual operamos bajo un modelo de innovación abierta. Vale decir, nos abocamos a buscar buenos emprendedores y socios para poder complementarnos en forma integral, y así potenciar estos emprendimientos en el mercado.

El inicio fue duro, la empresa estuvo en rojo durante todo el 2006. Durante ese año la principal actividad del equipo gestor fue visitar a potenciales clientes con el fin de hacerles conocer la propuesta de valor y captar a los primeros proveedores de información.

Durante esta primera etapa ampliamos nuestro alcance en los servicios y pasamos de un año de decepción a la consolidación.

Ante las magras ventas del 2006, los socios decidieron poner el pie en el acelerador, aumentando el foco en comercialización. El resultado fue bueno. Al término de 2007 AxonAxis registró ventas por US$400.000, pero todavía no había alcanzado el punto de equilibrio entre ingresos y egresos corrientes, meta que debía cumplir en 2008 en función de lo acordado con Fundación Chile. No obstante, este objetivo ya estaba muy cerca.

En medio de la crisis financiera internacional, AxonAxis protagonizó un salto en 2008, y obtuvo ventas por US$1 millón. Para entonces la empresa había alcanzado el equilibrio y seguía creciendo fuertemente.

Tuvimos una muy buena oferta de uno de nuestros proveedores, por lo que decidieron vender. Luego de ocho meses de negociación el negocio se cerró, y los socios confirmaron que el proceso de exit es extremadamente lento y requiere de mucha capacidad para conducirlo a un bue puerto.

Habiendo transcurrido casi un año desde el primer llamado de Equifax, ambas empresas lograron cerrar el proceso de venta en mayo de 2010. La adquisición de AxonAxis se convirtió así en un caso de éxito para la industria tecnológica de Chile, y en un capítulo que los socios difícilmente podrán borrar de su memoria.

En resumen, una experiencia completamente recomendable, donde el trabajo, el orden y la constancia jugaron a favor en todas las instancias. Las claves de AxonAxis fueron: una inteligente estrategia digital que aprovechaba una tecnología emergente, una correcta ejecución de esta estrategia y una notable conducción del proceso de negociación para el exit.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

SEBASTIÁN SALDAÑA



"TRABAJAMOS POR NUESTRO SUEÑO"

Diseñador de la Universidad Católica de Chile. Socio fundador y Coordinador general de Te Cuido La Bici, guardería de bicicletas para eventos.

Comenzamos a ejecutar la base de nuestra empresa en 2011, materializando una idea que nos venía dando vueltas hace rato: incentivar que las personas llegaran en bicicleta a eventos musicales ofreciéndoles la solución de dónde dejarla segura. Los primeros pilotos se extendieron por un par de años en patios de casas particulares cercanas al estadio Nacional, Monumental y Movistar Arena.

Encontramos la necesidad a través de la propia como ciclistas urbanos. Por lo que partimos con la inquietud de ofrecer a los demás ciclistas la solución al problema que también tenemos nosotros al salir a carretear: ¿dónde dejar la bici? A partir de la experiencia que nos dieron los primeros pilotos fuimos desarrollando la idea para convertirla en un modelo rentable, que nos permitiera visibilizar la marca y entrar en el mercado de los eventos masivos.

Partimos sin nada, literalmente, sólo con la idea de entregar un servicio como el que nos gustaría tener a nosotros. Durante los pilotos en casa particulares afinamos el sistema de recepción y entrega de bicicletas, logrando desde el inicio bastante notoriedad a nivel mediático. El siguiente paso fue prescindir del lugar, prototipar infraestructura y salir a ofrecer el servicio de estacionamientos custodiados para eventos pequeños (manejábamos una capacidad para 20 bicicletas simultáneas, y éramos sólo tres personas).

La verdad, no siento haber tenido verdaderos problemas para llevar a cabo la implementación del negocio, ya que trabajamos sin apresurarnos, dando el tiempo que necesitábamos para tomar las decisiones sobre lo que estábamos desarrollando, asesorándonos, etc. Por ejemplo, pudimos desarrollar un plan de implementación muy económico, que nos ha permitido mantener gastos fijos muy bajos con un capital inicial igualmente pequeño, y sobre esa base, trabajar.

También nos dimos el tiempo de buscar la mejor alternativa en infraestructura que cumpliera con nuestras necesidades: la solución al problema de módulos plegables y livianos ya existía, sólo debíamos importarlos.

Por otro lado, lo más complicado ha sido vender la idea a algunos clientes: pese a que la bici está muy de moda desde hace varios años, el sistema que proponemos es algo nuevo y sin precedentes, y para alguien que es radicalmente ajeno al uso de la bicicleta como medio de transporte, es complejo comprender el problema que solucionamos, por lo que la empatía juega un papel importante al momento de negociar. De todas formas, lo comprendemos como parte de la tarea que conlleva abrir un nuevo mercado.

El desarrollo fue súper orgánico, teníamos claro el objetivo desde un principio, pero no cómo hacerlo. Nos hemos ido adaptando de acuerdo a cómo íbamos aprendiendo del mercado que abrimos. El mejor consejo que nos han dado es mantener la simpleza del servicio, nos ha resultado tener en cuenta que por lo general la solución más simple es la mejor, ya sea en cuanto a traslados, infraestructura, etc. También el reconocer el sello de nuestro trabajo como valor del servicio que entregamos, ya que hemos desarrollado un concepto propio, tanto para nuestros clientes como para nuestros usuarios. Eso es algo que la competencia no puede copiarte.

En general, la experiencia ha sido muy buena. El mejor momento es poder estar en terreno, recibiendo a los ciclistas, ver que en la práctica el servicio que entregamos hace una diferencia y aporta al objetivo que nos mueve, que cada vez más gente pedalee.

En resumen, recomiendo el camino emprendedor totalmente, mientras trabajes en algo que te apasione. Sumado a esto, todo el esfuerzo y energía que ponemos en la empresa aporta a completar y consolidar algo propio: no trabajamos por el sueño de alguien más, sino por el nuestro, aunque durmamos poco.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

VIVIANNE SAID



"LA PASIÓN POR LOS ANIMALES COMO MOTOR"

Vivienne Said es socio directora de Pethause, su amor por las mascotas fue el puntapié inicial para la búsqueda de los mejores accesorios para ellas, luego una estadía en Alemania la marcó y, es en ese lugar, donde conoce un mercado más desarrollado, con otras formas de cuidado y la profesionalización de objetos y servicios para ellos. Así, a su regreso, la empresa nace con la idea de traer a Chile una de las marcas líderes en el mercado europeo donde hoy cuentan con una oferta de más de 6mil artículos.

Este emprendimiento une nuestra pasión y el ánimo de ofrecer realmente productos diseñados para el bienestar de nuestra mejor compañía: nuestra mascota. Nos encontramos con la marca alemana Trixie, que tiene más de 35 años de experiencia, importando productos en los que nos hemos especializado: deporte junto a tu mascota, viajar en forma segura, entre otros.

El emprendimiento comenzó en el 2012, al regresar a Chile luego de vivir 5 años en Alemania y conocer de cerca como allá existe una preocupación por las mascotas que los ha llevado al desarrollo de una gran gama de accesorios para ellas. Incluso, el mercado es tan desarrollado, que es obligación contar con un seguro en caso que tu mascota cause daños a otras personas u cosas, pero para eso nos falta bastante.

Al comienzo me guie más por la intuición ya que profesionalmente no tengo formación como médico veterinario, ni menos experiencia comercial en el rubro de venta de accesorios para mascotas. La única experiencia que pudo ayudarme con este emprendimiento fue en el área retail, el resto fue ir pidiendo ayuda a otros empresarios respecto de su experiencia, en términos de formar una empresa, también el BCI me ayudó con su programa de conexión con empresas que me prestaron ayuda y asesoría, etc.

Presentamos nuestro producto a los clientes y me ha sorprendido la respuesta, creo que como sociedad hemos avanzado hacia una mayor conciencia, más preocupación, por ende también busca más opciones y mejor calidad. En general hemos tenido una excelente recepción, y la misma retroalimentación de las clínicas veterinarias nos ha permitido ir adaptando la oferta acorde a lo que se necesita.

Creo que en nuestro caso no hubo nunca la opción de no escuchar al cliente para llegar al producto final, ya que participamos en diversas actividades como ferias, eventos y otros, donde siempre estuvimos atentos a los comentarios de nuestros clientes. Ellos mismos han ido guiando la oferta que actualmente tenemos. Además, hay mucha información que los clientes nos dan por su propia búsqueda en internet, y eso es una exigencia diaria para nuestra actividad

Por el lado de la tecnología nos tomó bastante tiempo, más del que hubiésemos querido, lanzar nuestro sitio de internet con carro de compras, tal vez fue falta de experiencia, pero sentimos que este paso fue lento y con mucha incertidumbre respecto del resultado.

No obstante las dificultades y el proceso de aprendizaje, la experiencia ha sido fantástica, absolutamente te da una energía distinta el trabajar en tu propio negocio. Siempre había tenido experiencia trabajando para otras empresas y éste emprendimiento te obliga a explorar y desarrollar otras habilidades que probablemente no se desarrollan como “empleado”.

Es fascinante la conexión con otros emprendedores, es otro mundo, lleno de creatividad, buenas ideas y ganas de triunfo, completamente recomendable.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

BORIS TOCIGL



"SIGUE Y CONFÍA EN TUS INSTINTOS "

Administrador de Empresas con mención en Turismo Aventura y Marketing de la Universidad INACAP, con estudios de la Universidad de UCC Kamloops, Canada. Con once años de experiencia en la industria del turismo aventura a nivel mundial, ocho de ellos como guía de expediciones y dos en producción de eventos deportivos para marcas outdoor. Actualmente es Director Ejecutivo de Southern Frontier, empresa productora de experiencias y expediciones outdoor. Voluntario en la Institución Nacional de Patrullas de Ski de Chile. Esquiador, fotógrafo outdoor y amante de los viajes, "action sports" y el "outdoor lifestyle". Embajador de The North Face, SPY Optics y Wetfly Store.

La iniciativa de Southern Frontier comenzó en marzo del 2013. El inicio fue lento y abrumador, principalmente por tratar de buscar un equipo humano adecuado, así como un concepto que los clientes lograran entender. Tampoco tenía grandes inversiones ni recursos y, los posibles inversionistas que visitaba constantemente, me pedían reportes de VAN , TIR, Flujos, Piplines, Plan de Negocios, los que no tenía, dándole más valor a eso que a la simple idea de lo que buscaba lograr, llevándome a dudar, a momentos, de mis capacidades y de lo que estaba tratando de armar.

Siento que definitivamente me sirvió para conocerme más y darme cuenta de lo que soy capaz. Salí fortalecido y puedo dar fe que por más títulos, PHD o recursos económicos que otros tengan, nadie puede decirte lo que tú eres o no eres capaz de lograr y hacer de tu vida. Hoy me siento mucho mas seguro de mí mismo y me puedo desenvolver con más facilidad frente a un nuevo emprendimiento o desafío que la vida me tenga preparado.

No veo la vida ni a Southern Frontier como un trabajo sino más bien una oportunidad e instancia para hacer las cosas que me gustan buscando la felicidad y vivir cada día como una nueva aventura, sin importarme lo que piensen los demás. Creo que todos estamos en esta vida por un propósito en especial y es muy importante mantener esa búsqueda abierta persiguiendo tus sueños hasta descubrir eso que realmente te apasiona y te hace tener un sentido.

No es algo fácil, en mi caso creo que después de 32 años y 2 de ellos emprendiendo estoy bastante cerca pero todavía me falta. Sin embargo creo fuertemente que si logras encontrar "eso" lo más probable es que seas muy bueno en ello y, por ende, lograr que sea tu sustento, consiguiendo así un balance entre el trabajo y lo que realmente te apasiona en la vida. Para otros casos, donde sean emprendimientos que requieran mas trabajo de oficina y laboratorio creo que es muy importante mantener un equilibro entre el trabajo y el ocio saliendo en estas instancias de tu zona de confort evolucionando así mental y físicamente, alimentando así la creatividad y el alma.

Me siento muy afortunado en haber nacido con una familia como la que tengo. Tuve un padre que nos empujó a hacer hombres fuertes e independientes inculcándonos la humildad, bondad, honor y honestidad así como enseñándonos las cosas que realmente importan en la vida mediante un fuerte contacto con la naturaleza los viajes y la aventura. Una madre que hasta el día de hoy no me deja de sorprender, mostrándome una tenacidad y capacidad para reinventarse en la vida saliendo adelante con nuevos proyectos e ideas las cuales no siempre entiendo o comparto. Mis hermanos Tuta y Nico son sin duda lo más importante para mí, crecimos muy unidos y durante el tiempo a mediante peleas, apoyo, aventuras, hoy somos muy unidos y partners en la vida. Ellos ambos emprendedores, siempre me apoyan dándome animo en esos días grises e incitándome a seguir buscando eso que te hace feliz. Mi familia ha sido clave en mi vida y emprendimiento.

El mejor consejo que me han dado es que si sientes que con la vida que tienes no eres feliz, simplemente has un cambio, un ejercicio que ayuda es anotar en un papel las 10 cosas que más te gusta hacer en la vida y las 10 cosas que mas odias. Luego, simplemente busca una idea y norte que ojalá tenga la mayor cantidad de cosas que te gusten hacer y simplemente dale con todo para lograr conseguirlo. No te dejes batir por lo que los demás digan frases como "no es posible", "no lo vas a lograr", "no eres capaz", son solo excusas de quienes no tienen el valor de atreverse.

Si crees que tienes una buena idea simplemente salta y busca como volar. Sigue y confía en tus instintos, atrévete a decir que si a las oportunidades de la vida. Pon atención a las señales y recuerda que la vida no se trata de que tan lejos llegas, sino la aventura del viaje y tus acciones en el camino.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

CLARA MUNITA



"NO ANSIAR LA PLATA, AL MENOS NO DURANTE LOS PRIMEROS 3 AÑOS"

Arquitecta de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Directora Ejecutiva en Muva, oficina de Arquitectura, paisaje e intervenciones urbanas que como objetivo pretende ser un aporte social y ambiental en todos sus proyectos, encontrando los recursos necesarios que permitan optimizar las inversiones.

Empezamos Muva, junto a mi Socia Josefina Valdés Cobo, el año 2011, mientras trabajábamos en un estudio de Arquitectura y paisaje. Ahí nos tocó ver un montón de proyectos, un cementerio, hospitales, un club minero, plantas de tratamientos de agua, un hotel, dos estadios; un sinfín de trabajos que llegaban tarde a nuestras manos y en los que si hubiésemos participado desde su concepción podríamos haber hecho aún mejores intervenciones. Queríamos darle una segunda vuelta a ítems que para un Ingeniero deben ser parte de una receta sabida o de un proceso mecánico o de una incómoda piedra en el zapato que tienes que sacarla luego.

Estábamos pensando en conceptos comunes como instalaciones de faenas, movimientos de tierra, reforestaciones de compensación, en fin, recursos invisibles que tiene el proyecto en cuestión y que pueden ser estratégicamente parte del proyecto visible.

Partimos asesorándonos, hablando de estas ideas por todas partes, en la mesa de la casa, en la calle, en una fiesta, en la playa. Persona que veíamos le comentábamos lo que estábamos por comenzar y escuchábamos que pensaba, qué ideas nos daba. Luego, nos independizamos y armamos algo así como un directorio honorífico de varias amigas con distintas profesiones, motivadas con nuestro proyecto de oficina. Pilar Socióloga, Camila y Pancha abogadas, Paula Diseñadora, Fran Ingeniera y nosotras dos, Arquitectas. Nos juntábamos a veces en las noches y las consultábamos para lo que necesitáramos.

El paso siguiente fue dar credibilidad a nuestro cliente objetivo con lo que tocamos todas las puertas que pudimos, gerentes a cargo de proyectos hidroeléctricos, mineros, aguas, residuos, etc. Íbamos con un anteproyecto en mano, hecho a la medida de lo que ellos necesitaban y le decíamos "tú quieres invertir tanto en este proyecto, nosotros te proponemos invertir lo mismo pero que tu proyecto tenga un toque educativo, turístico, experimental o verde. Tus recursos invisibles son tales y tales, si los ocupamos de tal o tal forma, obtenemos esto".

La respuesta de esos gerentes era muy positiva, optimista, alentadora. Preguntaban ¿cómo se les ocurrió eso? ¡Las felicitamos! Sin embargo, a los 3 meses de independientes, todavía las contrataciones no llegaban.

Nuestro gran amigo Alejandro, ingeniero, nos dijo que teníamos que ser hincha pelotas y no llamar una ni dos, sino 20 veces y creernos el cuento. Fue así como una Hidroeléctrica se transformó en nuestra primera víctima, no paramos de llamar y de visitarlos, hasta que por fin nos contrataron. Aprendimos que lo más importante es la perseverancia y para ser perseverante te tiene que gustar demasiado lo que haces, sino, te desinflas.

Respecto a la parte económica para no afectar el negocio ni la vida, desde el principio con la Pepa, estábamos dispuestas a no ganar mucho durante un buen tiempo, el no ansiar la plata te hace libre de orientar todo hacia la dirección que creemos más correcta. Aunque en meses muy malos no han faltado las tentaciones en las que tomamos pegas cacho, que después decimos ¿por qué dijimos que si a esto? ¿Por qué no nos aguantamos? Por lo general, esas pegas te desequilibran un poco.

Nuestra familia no se ve muy afectada por el tema horas de trabajo, tratamos de no estar frente al computador más de 8 horas diarias, quedarse más, casi nunca pasa. Creo que el tiempo de oficina no es tema, lo que si podría ser tema, son los proyectos, como algunos los siento parte de nuestras vidas, a veces no paro de hablar de ellos y de tratar de juntar adeptos. Hace poco hicimos una intervención en el Mapocho para promoverlo como espacio público. Teníamos a todas nuestras familias trabajando por la causa.

Si me preguntas como ha cambiado nuestra vida desde que partimos, no ha cambiado drásticamente, más bien ha seguido su curso natural. Puedo decir que de alguna forma siento mi vida en paz con mi trabajo, o sea, es una sola cosa y a la vez dos. Para mí, Muva es casi una forma de ser.

Si tuviese que dar un consejo es que tu emprendimiento te guste mucho y ser sobre todo perseverante. Además, no ansiar la plata, al menos no durante los primeros 3 años.

Partimos el 2011 y desde entonces hemos desarrollado anteproyectos de mitigación para hidroeléctricas, mineras, planta de tratamiento de residuos, espacios residuales viales, centro de eventos-vivero, casa-parque, playa efímera en el Mapocho, instalaciones artísticas gigantes de ropa reciclada, parque eficiente y más. Creemos que recién en 7 años más veremos construidos algunos de nuestros proyectos más importantes.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

FELIPE LUER



"VIVIENDO LA VIDA DE MANERA MÁS SIMPLE"

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Diego Portales. Co Fundador de 3D Spirit, empresa dedicada al desarrollo soluciones de marketing digital, adaptando las tecnologías de última generación en las redes sociales con la experiencia del cliente en tiendas.

Nuestro emprendimiento comenzó el año 2008, la agencia digital 3DSpirit Marketing, nuestros inicios fueron bien modestos, sin plata, muy lento y mucho, mucho trabajo, invirtiendo 150% de nuestro tiempo para sacarlo adelante. Y luego la progresión fue de mal en peor, por lo que llegamos al fracaso. Eso, hasta que logré ver mi posición desde una perspectiva más amplia y encontré la salida.

En ese aspecto mi vida cambió de manera radical y para siempre, me di cuenta que las cosas se dan de la manera correcta y que el fracaso no existe, sólo se sigue aprendiendo hasta llegar a un nivel en que ya se pueden tomar mejores decisiones.

Para lograr establecer un balance para lograr una buena calidad de vida trabajo poco, trato de ampliar y diversificar los proyectos personales lo más posible. Me mantengo feliz y uso eso para innovar y tener ideas que me permitan vivir. Al menos el 50% del día hago lo que quiero y sin duda lo más importante es llevar un estilo de vida totalmente desconectado del sistema.

Practico downshifting, que es la reducción de marcha, una tendencia a vivir la vida de manera más simple para escapar del materialismo y reducir la tensión, estrés y los trastornos que la acompañan con foco en la realización personal y las relaciones con las personas que me rodean.

Mi familia no entiende cómo es posible dedicar ese tiempo a mi trabajo y poder vivir de él y respecto a eso es también el consejo que me gustaría dar, despegarse del sistema, dar una vuelta de tuerca a los problemas planteados y llegar a una nueva solución.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

JAVIERA RIESCO



"LA PERFECCIÓN ES ENEMIGA DE LA ACCIÓN"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Fundadora de Take a Wok, restaurante de comida rica, sana y rápida. Estudio también Bussiness & Administration en University of California, Berkeley yHospitality Managment Executive en Cornell University.

Mi emprendimiento comenzó el 2011, durante ese año ideamos el concepto, la marca, lo que queríamos lograr en el mercado gastronómico y en general todo lo relacionado con el plan de negocios

Partir siempre es difícil, hacer que la máquina ande es complicado. Nos ayudó mucho el ir creando procedimientos, los que fueron haciendo que el negocio funcionara cada día mejor. Hoy en día el local es una maquinita donde todos saben que hacer, como hacerlo y cuando hacerlo. Es fundamental el tener las cosas claras y por escrito.

En estos años, nuestro producto sigue siendo el mismo, no hemos cambiado nada. Creo que el proceso de creación de marca y de producto fue bueno. A la gente le gustó y le sigue gustando.

Creo que crecí. Estoy más segura de mí misma y me siento con la capacidad de lograr lo que me proponga. Aprendí a valorarme, a mis amigos, familia y a mi tiempo libre. Ser emprendedor te quita mucho tiempo y hay veces que uno sacrifica todo por lograr su objetivo. Siento que evaluamos la inversión monetaria de nuestros proyectos, pero nunca la inversión de vida, es decir, ¿Cuántos cumpleaños de amigos estoy dispuesto a perderme?, ¿Cuántas horas de sueño estoy dispuesto a sacrificar? ¿Cuántos domingos familiares estoy dispuesto a trabajar en vez de compartir? Es importante tener claro que la inversión en tiempo no es rentable, los cumpleaños perdidos no se recuperan, el tiempo sacrificado no se compensa.

Delego para lograr establecer un balance por una buena calidad de vida y que eso no interfiera en los resultados del negocio. Hay que aprender a delegar. Muchas veces no lo hacemos porque queremos que todo salga perfecto y a nuestra manera, pero creo que la perfección es enemiga de la acción. Hay veces que es mejor que las cosas salgan bien, a que salgan perfectas. La carga se arregla en el camino dicen por ahí y, hay gente que puede hacer las cosas bien. Quizá no las van a hacer como uno, lo que no significa que estén mal.

Mi familia cree que trabajo mucho, que debo tomarme más vacaciones. Pero vengo de una familia emprendedora por lo que me apoyan en todo y esto ha sido muy importante.

Mi mejor consejo es que evalúen la inversión de vida que está dispuestos a realizar. La inversión monetaria es un número, la inversión de vida son emociones y momentos, tiempo con los que queremos y tiempo personal. Cuando uno descuida su vida personal… descuida todo.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

LUIS MARAMBIO



"SE FRACASA MÁS VECES QUE LAS QUE SE GANA"

Periodista de la Universidad Andrés Bello, Magister en Comunicación Aplicada de la UDD. Actualmente dirige los medios RedGol, RedSport, DaleAlbo y LaSelección. Socio de la empresa Futbol Sites Network, encargada de comercializar los medios que dirige.

Nuestro emprendimiento comenzó como pasatiempo el año 1997 más o menos, en esa época estaba en el colegio. Diez años después, ya en el 2007, pensamos que podría convertirse en un negocio de internet y nos metimos a ver cómo funcionaba. A partir de entonces empezamos en serio, aunque claramente, el salto lo dimos el 2009 cuando fundamos nuestro segundo sitio y nos asociamos a Futbol Sites Network.

Fue complicado porque nadie te enseña a emprender, soy periodista y si no es porque en el fútbol se entregan tres puntos al que gana y hay diferencia de goles, no sabría sumar. Entonces, no tenía idea de qué era el IVA, una iniciación de actividades, las sociedades ni nada. Tampoco sabía lo engorroso que era todo eso. Que hablar de ir a abrir una cuenta corriente de una empresa.

Golpeamos mil puertas y nadie nos abría. Los mismos que se llenan la boca con que son el banco de los emprendedores nos cerraron las puertas, además, acá no hay sueldo al principio, es el único trabajo donde estas 12 horas y eres desde junior hasta gerente, pero a fin de mes no te pagas porque hay prioridades y uno se posterga.

El comienzo nuestro fue duro, con suerte sabíamos cómo funcionaba internet y el negocio, tení¬amos que salir a vender, pero a la vez, seguir produciendo contenido, actualizando y haciendo crecer el producto. Además, luchábamos con un prejuicio con el fútbol y su entorno, nadie se quería ligar ya que en ese entonces era sinónimo de barras bravas y cuchillos en los estadios.

En ese aspecto la vida no cambió porque siempre fue así, nunca tuve una pega normal, me acostumbré a esto, a vivir para que el emprendimiento dejara pronto de serlo y pasara a ser un negocio. Aprendí a vivir corriendo, estoy mal acostumbrado a recibir pagos a 90 o más días y pagar el IVA al día, a manejar mis tiempos, si es que queda. Esto me ayuda a ver la vida de otra manera, tener otras prioridades, otras perspectivas.

Ahora que soy papá tuve que cambiar, no trabajar tanto, trato de ponerme horarios para cumplir como padre, estar presente, ir a la plaza a jugar, etc. Lo que sí creo que cambió, es saber y tener la certeza que es muy difícil que trabaje apatronado, aunque el día de mañana nos vaya mal y bajemos la cortina, algo se me ocurrirá para ser mí propio jefe, aunque no gane plata, al final es una forma de vivir y ver la vida.

Para mí la calidad es tener tiempo de ocio, para la familia y los amigos, hoy lo he logrado porque el emprendimiento ya parece negocio y estamos mucho más estables. Me hago el tiempo para salir a correr casi todos los días, llegar temprano al menos tres días a la casa para estar con mi hijo. Si no llego temprano, entro más tarde y estoy con él en la mañana. Los fines de semana voy a ver a mis viejos, me junto con mis compañeros de la U o del colegio.

Para otros será tener más plata y más cosas. Ahí es más complicado porque cada vez te generas más necesidades. Soy el que quiero ser respecto a mi familia, a mi trabajo y a las horas que le dedico, cuesta que entiendan lo que es, insisto, ni nosotros conocemos ni manejamos todo el negocio de internet, que es nuevo y muta mucho no año a año, mes a mes. Pero ahora mi señora lo entiende, de hecho está trabajando con nosotros a cargo de la administración, pagos, facturación y todo eso que yo no entiendo mucho.

A los más jóvenes les diría que emprendan, que trabajen de chicos, que creen, se equivoquen y les pasen cosas. Aprovechen que pueden volver a empezar. Que viven con sus viejos y que no tienen la necesidad de trabajar para pagar el arriendo que es un problema cuando uno está más viejo. Que de los fracasos se aprende y que se fracasa más veces que las que se gana.

Después del fracaso no pasa nada, todo sigue, se puede empezar de nuevo. Y se aprende mucho. Que vivan los éxitos con mesura y humildad, que no son eternos., crean en sus medios y en sus capacidades. Sepan delegar, que uno no es súper hombre y necesita ayuda.

Mi experiencia como emprendedor ha sido de vida más que en el negocio en particular y pese a todo, la recomiendo. Es difícil, cuesta, hay pocas oportunidades, te miran raro, pero cada avance y progreso se disfruta el doble. No sé vivir de otra manera y aunque el día de mañana me vaya mal, estoy seguro que lo próximo que haga sería volver a emprender en otro negocio. Con más experiencia y aprendizaje, pero lo volvería a hacer.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

MARCELO CÁRDENAS



"EMPRENDEDOR DE ALTO RENDIMIENTO"

Marcelo es Co-Fundador de la compañía Mobile Solutions. Emprendedor tecnológico desde el año 2004, ha liderado el desarrollo de importantes productos y servicios de valor agregado para telefonía móvil, logrando casos de éxito en distintos Operadores. En su carrera, destaca la creación de la primera red de internet móvil de la región y el desarrollo del primer servicio de mensajería en Chile asociado a Facebook.

El emprendimiento es parte de la vida, si uno no lo considera como un trabajo la cosa va terminar mal. Uno tiene que poner su mejor esfuerzo, sólo así el emprendiendo resulta. Ser emprendedor me dio la posibilidad de desarrollarme profesionalmente en algo que había estudiado, ya que intenté buscar trabajo, pero al parecer nadie quería emplear a un marino en tierra saliente de un MBA. Además me dio oportunidades de hacer cosas que nunca hubiera realizado siendo empleado.

Comencé los primeros intentos en el 2004 para concretar el 2005. Los comienzos fueron difíciles, yo tenía la idea de hacer un negocio y las ganas. Como venía saliendo de un MBA fulltime, no disponía de ningún recurso y menos redes de contacto que me facilitaran la formación de mi idea en una empresa, más aun siendo oriundo de Osorno y sin conocer muchas personas en la capital.

Gracias a lograr llegar a la final del concurso chile-empresario 2004, tuvimos acceso a 3 inversionistas ángeles, quienes realmente fueron ángeles, porque pusieron dinero sin que nosotros tuviéramos nada concreto más que la idea y un futuro posible contrato con una empresa foránea.

Se concretó la inversión y partió la empresa. Teníamos la visión clara de lo que íbamos a vender, y resultó, pero como es tecnología, hay que irse reinventado en el camino, y en eso hemos estado los últimos años.

Hoy en día acabamos de abrir filiales en Colombia y Perú, además de un Joint Venture en Brasil. Esperamos convertirnos en una empresa regional prontamente.

En mi caso soy soltero, pero hago bastante deporte, entreno aproximadamente 15hrs a la semana como promedio, por lo que es importante tener un equilibro entre el trabajo y la vida. Comparto ambas pasiones, pero la escuela naval y la vida a bordo me dejaron como principal valor, la perseverancia. Si uno se fija una meta o tiene que cumplir una misión, hay que lograrlo como sea, querer es poder y saber rebuscárselas para administrar el tiempo que uno tiene sin que ninguna pata quede coja.

El emprendimiento y el deporte son muy parecidos, ya que si entrenas, entrenas y eres perseverante, tarde o temprano serás bueno, quizás no el mejor, pero bueno y destacado, en el emprendimiento es lo mismo, todo cuesta, pero si uno es persistente y no se deja rendir al primer obstáculo, seguro el emprendimiento llegará a buen puerto.

El emprendedor debe estar los 7 días de la semana y las 24 horas pensando en salir adelante, al igual que en el deporte, muy importante es que el entorno sepa y comprenda esto.

No me considero exitoso, sólo un emprendedor que pudo hacer de una idea un negocio, cuando una empresa que haya formado cotice en el Nasdaq consideraré que me considerare triunfante.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

MARIO FERNANDINO



"BUSQUEN LA FELICIDAD EN SU PROPIO EQUILIBRIO"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA en negocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la Pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo

En los años 80 decidí que mi vocación era ser oficial de marina porque me sentía orgulloso de representar los valores de la Patria. Entré a esa institución y a poco andar, mis preocupaciones no sólo se centraron en sacar adelante mi carrera. El instinto comercial inherente florecía y luego de algunos negocios sin resultados, me retiré y estudié Ingeniería Comercial. En esta carrera aprendí a estructurar y moldear mi cabeza para saber en que tenía que fijarme para hacer las cosas bien.

En 1991 trabajaba como encargado de ventas de una empresa productora de salmón ligada a mi familia y recibí una llamada de un cliente que gatilló mi primera oportunidad de negocio. Esta persona necesitaba menos cantidad de producto que podíamos ofrecer como empresa, incluso aunque estuviera interesado en pagar un mayor porcentaje para obtener su producto.

Colgué el teléfono y pensé, tengo decenas de estos clientes que no puedo atender y que están dispuestos a pagar un mayor margen a quien satisfaga su necesidad. Así comenzó la aventura de emprender. Con un socio de lujo, José Antonio Garcés Silva, comenzamos a navegar, definimos el producto, único, todavía vigente y salimos al mercado.

Chile comenzaba recién a explorar su faceta de país exportador y era visionario quien se embarcaba en la búsqueda de nuevos mercados y culturas diferentes. Ahí estábamos nosotros, nuestro objetivo era conquistar mercados no tradicionales para Chile como México, Colombia Venezuela y Costa Rica, entre otros, ofreciéndoles de manera integral todos productos del mar de Chile. Este era un producto único para nuestro mercado.

Ese año me casé, la vida era diferente y era habitual trabajar 12 horas diarias, postergando a la familia y otros intereses. Nadie lo cuestionaba, ni siquiera tu mujer porque la culturalmente el rol de proveedor recaía en el marido. Si bien las mujeres eran profesionales prevalecía su rol de madre , si había que elegir, los hijos siempre estaban en el primer lugar.

Hoy, después de más de 22 años, me doy cuenta que estaba equivocado. El equilibrio es lo que te hace feliz en la vida. Ser exitoso en lo que haces y generar riqueza nunca es suficiente.

La familia y cada uno de los elementos que hacen tu vida completa y te llevan a la felicidad son igualmente importantes. Dedicarles tiempo y amor siempre , no solo cuando logras tus objetivos profesionales, es primordial. Pero la vida es así, uno debe aprender de los errores y transmitir la experiencia para que otros no los cometan. Precisamente por esto escribo esta historia, para que alguno de los actuales o futuros emprendedores busquen la felicidad en su propio equilibrio.

El en camino del emprendimiento siempre hay lecciones y en nuestro inicios la más importante fue la que se deriva del famoso dicho "más vale ponerse colorado una vez que 100 veces rosado". Cuando enfrentamos problemas de flujo, hablamos con honestidad con proveedores, bancos y quienes nos habían ayudado. Con franqueza logramos "tiempo" que era lo único que necesitábamos.

La vida como empresario es diferente, te sientes y piensas en forma distinta. Creo que la base de esa sensación es asumes un rol mucho más amplio y tu espectro de preocupaciones se agiganta.

Es crucial tener la disposición a escuchar porque siempre hay alguien más inteligente que puede descubrir algo que no estás viendo. El peor error que podemos desarrollar es no tener la capacidad de aprender de los demás. Apoyar a otros forma parte de esa felicidad y del equilibrio que uno siempre debe buscar.

BALANCE VIDA TRABAJO

PABLO AMBRAM



"EMPREDEDOR 24/7"

Economista de la Universidad de San Andrés, Argentina, con estudios en International Business e Industrial Organizational Psychology, en la Universidad de Las Américas, Ecuador. Actualmente CEO de AgentPiggy.com, plataforma web para niños, que les enseña a manejar dinero y, representante en Chile de The Founders Institute, programa de formación de emprendedores.

Estudié economía y puedo programar en varios lenguajes, me aburro fácil y mi primera empresa fallida la hice en el 2007. Fallé un par de veces más y ahora estoy aplicando todo lo aprendido en mi actual empresa Agentpiggy, donde desde hace 3 años venimos educando a miles de niños en Chile en el tema de finanzas personales.

Durante el 2010 se gestó esta idea de intentar educar a niños y, durante el 2011 comenzamos con los primeros pasitos gracias a Startup Chile. Recién a principios del 2012 oficialmente abrimos la empresa y comenzamos ya a trabajar con clientes.

Al principio es muy duro, porque estás solo. Armar el equipo requiere un gran

esfuerzo por encontrar no solo la gente correcta, sino que compartan tu visión de mejorar el mundo y más difícil aún convencerlos de trabajar sin sueldo por muchos meses o años. En mi caso, esa persona clave inicial fue mi esposa.

Esa etapa es la más divertida y la más aburrida al mismo tiempo. Divertido porque hay que articular tantos aspectos en paralelo, el producto, sin plata, el marketing, sin producto, las ventas, sin equipo, las finanzas, ni hablar. Es todo un arte y es adictivo. Es también aburrido, porque a veces el producto se demora mucho más de lo esperado y, hay meses en los que literalmente no se hace nada más que sentarse a esperar.

En nuestro caso, tuvimos suerte de haber sido apoyados por un subsidio del gobierno lo suficientemente grande como para encontrar un excelente equipo de programadores, pero lo suficientemente chico como para imponer un sentido de urgencia.

Nuestro primer cliente corporativo lo cerramos en 2012, algunos meses después de lanzar al mercado nuestro primer producto, una plataforma para familias que permite manejar el presupuesto de los niños y proponer tareas del hogar que pagan dinero. Ese primer hito de firmar un contrato real fue definitorio y nos dio una pista de que íbamos por el camino correcto.

Mi vida siempre fue ecléctica, definida por vaivenes geográficos que me daban la oportunidad de hacer borrón y cuenta nueva y redefinirme, muchas veces. Tratar de llevar adelante una empresa propia, contra viento y marea, lo veo como parte integrante y definitoria de ese estilo de vida, no como algo que cambió necesariamente.

Creo que no es posible separar la vida del negocio, este es parte de la vida y ella es parte del negocio. Es como creer que uno puede ser padre en las mañanas y en las tardes no, o ser deportista en las noches solamente. Es imposible, cuando uno es padre, es padre todo el tiempo. Si uno es deportista, lo es aunque no esté practicando un deporte en este instante en el tiempo. Lo mismo, uno es emprendedor todo el tiempo, sin importar si en este instante en particular estás emprendiendo. En ese aspecto emprender es muy distinto a ser empleado, donde uno sí es empleado sólo de 9 a 18.

El mejor consejo que puedo dar y es el mismo que me dieron a mi es no escuchar consejos y ahora, para tener una buena calidad de vida, sugiero buscar rutinas des-estresantes. En mi caso, salir a correr, o leer un libro por ejemplo, me proporciona un buen balance para descansar el cerebro por un rato. Mi familia, en este caso mi esposa, es mi socia por lo que no tengo este problema en la casa.

BALANCE VIDA TRABAJO

PABLO MORENO



"POTENCIAL DE CRECIMIENTO Y PASIÓN"

Comunicador Audiovisual de la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación, especialización en Film & TV New Media de la Universidad de California, Los Angeles, donde también realizó un Business Management. Fundador de Big Boba bubble Tea, bebida fría a base de té, con leche descremada y deliciosas perlas de tapioca y gastronomía molecular.

Los comienzos fueron en el año 2012. La progresión del negocio al principio se vivió con muchos quiebres y mucha experimentación. Se fue mucho dinero en el desarrollo. Luego, al pasar el tiempo empezamos a cambiar las políticas y llegamos a definir sabores que hasta el día de hoy siguen en nuestra carta. Nos dio mucha fuerza el jugar con nuestro producto.

Vida ahora no tengo. Pongo 16 horas de trabajo intenso, pero puedo decir que llego a casa realizado sabiendo que todas esas horas que pongo de arduo trabajo van para mi propio negocio. Tiene un precio y es alto. Tienes que tener una familia que te apoye y te entienda mucho. Yo gracias a Dios la tengo desde el primer día que decidí emprender.

En estos momentos estoy trabajando para poder llegar a un balance entre mi vida personal y mi negocio. Para mi es imperativo dedicar mucho tiempo en reforzar mi posicionamiento en el mercado. Hasta que sienta que ya estamos bien, tendré un tiempo para dedicármelo a mí y mi polola, gracias a Dios ella tiene mucha paciencia.

Tengo apoyo incondicional por parte de mi familia, ellos entienden el proceso, se me extraña en reuniones sociales, pero siempre me hacen saber que están conmigo, lo que me ayuda mucho a seguir adelante.

A quien quiera emprender, aconsejaría ante todo conocerse muy bien, ya que el emprendimiento no es para cualquier persona. Se requiere mucha entereza, energía, creatividad, orden, y mucha capacidad de liderazgo. Es imposible ser bueno en todo, pero creo que el emprendedor debe tener todas esas cualidades.

Si en proceso de desarrollo del producto o del negocio puede pasar algo malo, va a pasar si o si, es por eso que se debe estar preparado y tener el carácter y la actitud para superarlo. Todos los días hay problemas y también se crean incertidumbres si seguir en el negocio. Puede ser un camino muy escabroso por eso es súper importante que a uno le encante lo que está haciendo o por lo menos exista un convencimiento que la idea tiene un potencial de crecimiento. Si no existe ninguna de estas dos premisas es mejor no emprender.

Básicamente durante mi emprendimiento me he dado cuenta de muchos potenciales que tenía escondidos y no sabía que existían. Al crear un negocio las vicisitudes del sistema te hacen flaquear las fuerzas y te desmotiva el continuar. Yo me he dado cuenta que he crecido en el sentido de ser más paciente y tolerante a la frustración. Además, he aprendido muchísimo en áreas que odiaba o no me sentía cómodo, como en la contabilidad y finanzas, que son áreas en que vas a estar ligado por siempre con tu negocio.

En resumen, ha sido una buena experiencia emprender pero muchas veces al no ver los resultados esperados puede ser muy frustrante, hay que ver el lado positivo y dentro de eso, destaco la posibilidad de conocer diferentes países y ser parte de gremios que me han ayudado bastante.

BALANCE VIDA TRABAJO

PEDRO PINEDA



"CHILE ESTÁ LLENO DE OPORTUNIDADES Y PLATA, LO QUE FALTA SON VALIENTES Y UN POCO LOCOS"

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, Licenciado en Astronomía y Geofísica de la misma Universidad. Actualmente Profesor del ramo electivo Emprendimiento en Negocios Digitales, en la Facultad de Economía y en la Facultad de Cs Físicas y Matemáticas. Gerente General de Pez Urbano, cuponera que funciona como una ciudad de descuentos, con ofertas, 2x1 asistencia en viajes, alternativas de pago y venta de servicios varios.

En agosto de 2010, al volver del mundial de Sudáfrica, me di cuenta que tenía que enfocarme sólo en lo que me gustara. Mi socio Jean Droguett, que es un genio, hizo todo el desarrollo web de Pez Urbano, mientras yo me encargaba de la parte comercial. Así estuvimos los primeros 5 meses hasta que contratamos a nuestras dos primeras vendedoras. Una de ellas sigue hasta el día de hoy.

Tras un año, nos compró una empresa brasilera, para la que tuvimos que quedarnos 1 año trabajando y en la que la empresa llegó a tener casi 50 personas. Cumplido ese año y a punto de renunciar para volver a emprender, la empresa brasilera decidió dejar el país y nos regaló la empresa de vuelta, 20 veces más grande y con un equipo de 40 personas.

En ese aspecto cambió mi vida, me despierto todos los días a la hora que quiero, en promedio a las 10 am e intento trabajar todo el tiempo que sienta que soy productivo. Luego de eso paro y me dedico a otras cosas que me gusten, por ejemplo leer, estoy leyendo un libro a la semana. Eso mismo le pido a la gente con la que trabajo, aunque a ellos les pido que trabajen desde las 9 am, desde su cama dos o tres veces a la semana si así quieren.

Nunca más sufrí un domingo en la noche porque al otro día era lunes. De hecho, en febrero dimos los lunes libres a todos en la empresa. Sí. Nadie trabajó los lunes. Si todo va bien, la idea es ampliar eso a más meses, idealmente seis, y así tener un horario de verano. Pero no uno en que sales el viernes a las 4 pm. No. Uno en que los lunes simplemente no trabajes, y todos los fines de semana, sean fines de semana largos. Turno 4x3. Suena como algo imposible? Soñado? Pues eso quiero intentar. Más que ganar más plata, quiero que alcance para sueldos justos y gente que sea realmente feliz. Gente que pueda disfrutar de la vida.

Estamos tratando de establecer un balance para lograr una buena calidad de vida y que eso no interfiera en los resultados del negocio, creo que no tiene sentido trabajar de 8 am a 7 pm todos los días, nadie puede estar concentrado tanto tiempo, entonces quiero que se trabaje menos pero mejor. No hay problemas con que alguien se meta a facebook durante la pega, pero es mejor mostrarle que puede terminar su trabajo rápido e irse para la casa, así ganamos todos.

La gente ha respondido de manera espectacular, el equipo es de confianza y ha sabido aprovechar esta oportunidad. Creo que trabajan mejor a que si estuvieran 45 horas encerrados. Los resultados nos han acompañado. Pero también yo he decidido ganar menos dinero, podría pagar menos y quedármelo yo pero prefiero dormir tranquilo todas las noches y ser un poco más feliz.

Mi familia opina sobre mi trabajo y el tiempo que le dedico visto desde la vereda del virtuosismo, porque soy talentoso, pero también es porque he tenido mucha suerte. Mi mamá en particular se siente orgullosa del trato que se le da a todo el mundo y que a las fiestas de final de año también vayan la Mari y la Oti, que hacen aseo en la oficina.

El mejor consejo que podría dar considerando mi experiencia, para los que están terminando de estudiar, 4to medio, CFT o Universidad, que se olviden de comprar un auto o endeudarse con una hipoteca. Que se esfuercen en tener lo menos posible, es un ejercicio bien entretenido y difícil ése de tener poco y, que compren pasajes de avión a donde siempre quisieron. Es más bacán pagar una deuda de una experiencia que de un auto, que pueden robarte, rayarte o hacerte morir de aburrimiento en el taco. No se compren un iPad, cómprense un viaje al Amazonas con la misma plata. El iPad se deteriora.

Después de ese viaje, si les interesa claro, que intenten hacer un negocio. Que no entren a trabajar al tiro en una empresa, que se olviden de eso de acumular experiencia, es una trampa, e primer sueldo es como una droga, lo pruebas, es rico, pero luego te acostumbras y quieres aumentar la dosis y claro, dejarlo es muy muy difícil. Luego vienen las compras de auto, hipotecas y nunca más eres libre.

Por eso, antes hay que intentarlo. No creo que alguien después de dos años de esfuerzo y trabajo incesante no logre salir adelante, Chile está lleno de oportunidades y plata, lo que falta son valientes y un poco locos. Y a los jefes, que se cuestionen el por qué hacen las cosas y se pregunten, cómo evito ser un jefe malo, porque la gente renuncia a sus trabajos cuando lo que hacen no les permite aprender o cuando sus jefes son malos.

En resumen y como gran conclusión, todos nos vamos a morir. Es algo en lo que pienso casi todos los días, por lo que intento que todo lo que haga tenga un sentido. No hay para qué ser presidente, o pertenecer a la ONU para provocar cambios, puedes tener una empresita de 10, 30 ó 50 personas y hacer que tengan el mejor trabajo de sus vidas, eso cambiará tu vida también.

BALANCE VIDA TRABAJO

RICARDO TAGLE



"VIVIMOS NUESTRO SUEÑO O EL SUEÑO DE OTRO"

Ricardo es Head Coach en CrossFit XF Chile, pionero en el desarrollo y expansión de esta modalidad en Latinoamérica. Dedicado a la actividad por más de 8 años, ha sido entrenador físico militar del grupo de Fuerzas Especiales del Ejército de Chile y autor del manual de Entrenamiento Avanzado para la institución. Preparador físico de la medallista olímpica en Londres, Francisca Mardones desde el año 2012 a la actualidad, entre otras actividades que lo mantienen emprendiendo y viviendo su pasión.

Algo fundamental para el crecimiento armónico de mi emprendimiento ha sido el comprender que ser emprendededor, es distinto a tener un emprendimiento y, radicalmente diferente a hacer un emprendimiento. No tiene nada que ver con ser empresario, aunque la mayor de las veces se potencia, creo profundamente que el ser emprendedor es un estilo de vida, una cualidad del ser más que un tipo de actividad a la que nos dedicamos.

Emprendedor es un estado de ánimo, un estado de energía, una aventura. El emprendedor nace y se hace. Nace porque lo llevamos en nuestros genes, en nuestro ADN, estamos diseñados para la exploración, para la aventura, para permanecer en un estado continuo de emprendimiento. Y se hace, porque hay ciertas conductas o atributos que pueden ser desarrolladas con la guía correcta.

Esta distinción ha sido fundamental para mí, vivo mi emprendimiento y mi vida como una aventura constante, en donde cada variable o problema es parte de este juego y, cuando se vive así no existe el desgaste. Comenzar una empresa es una aventura, así como iniciar una relación, formar una familia, tener hijos, etc. son todos emprendimientos que forman parte de un estilo de vida.

Comencé hace 8 años con mi actual emprendimiento, CrossFit XF y, en estos años me di cuenta que la forma de relacionarse del chileno con la actividad física, o con el movimiento, como me gusta llamarlo, era bastante aburrida. La típica sesión del gimnasio se transformaba en un evento rutinario, como si nos faltase rutina y, poco motivante. Lo mismo de siempre, en definitiva.

En esos años estaba investigando sobre formas de entrenamiento funcional y la palabra Crossfit comenzó a aparecer en todas las indagaciones. Estudié el método, me especialicé en él, estando convencido que se alineaba a lo que pretendía generar en ese instante.

Partí con 12 alumnos y hoy tengo 3 gimnasios, asesoro al Ejército, soy el autor del manual de entrenamiento avanzado de la institución. Doy charlas y seminarios de entrenamiento funcional y estamos continuamente innovando con respecto a nuestros servicios y productos.

Puedo decir, sin temor a equivocarme, que el atreverme a dar el salto de mi Emprendimiento, re-estructuro mi vida de una manera radical, sobre todo en la forma de relacionarme con los demás, hay nuevas y mayores responsabilidades.

Importante en este camino ha sido estar atento a los diferentes roles que comienzan a manifestarse, el de emprendedor solitario, el de socio, el de jefe y, en paralelo aparecieron roles de marido y de padre.

Como mencioné al comienzo, el ser emprendedor es un estilo de vida, lo llevas a todos lados, lo contagias. Hay que recordar que el entusiasmo es contagioso y la falta de entusiasmo también…ojo con eso. Mi emprendimiento está alineado con lo que soy, con mis hábitos, con lo que hago, por ende me ha resultado muy natural incorporarlo en todos los aspectos de mi vida personal. Estoy viviendo de lo que es mi gran pasión, qué mejor que eso. Es un 24/7 de entusiasmo por lo que hago y eso se transmite a tu familia, no te ven desgastado por estar luchando por sacar un proyecto a flote, sino que todo lo contrario, lleno de vida.

El mejor feedback que puede tener un emprendedor es el día lunes en la mañana, ¿cómo te levantas? ¿Con ganas o sintiendo el peso de la semana que comienza? ¿Estás viviendo tu sueño, tu pasión? Recordemos que vivimos nuestro sueño o estamos viviendo el sueño de otro.

Un consejo, no comiences por la pregunta ¿qué es lo que tengo que tener para comenzar un emprendimiento? O ¿qué es lo que tengo que hacer? Comienza por ¿quién quiero ser? ¿quién requiero ser para vivir mi sueño? La respuesta es absolutamente personal.

BALANCE VIDA TRABAJO

RODOLFO BORZUTZKY



"EMPRENDER NO ES TRABAJAR 24X7 SINO TOMAR LAS DECISIONES CORRECTAS"

Estudió en el Instituto Hebreo y es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. CEO del grupo R&A Pet que comprende las empresas Ryapet, Macdog y Tiendapet.cl, dedicados a la venta de productos para mascotas. Ha dictado cursos de emprendimiento en la Universidad Adolfo Ibáñez, Universidad del Desarrollo y es Director del programa de nuevos liderazgos "3G", de la Comunidad judía de Chile.

Comencé a emprender el año 2007 mientras estudiaba en la universidad. Al inicio sólo con un área de negocios que luego ampliamos con los años. Por ende, es la vida que conocemos. En nuestro caso somos afortunados, siempre hemos valorado nuestro tiempo libre, hemos trabajado cuando tenemos que trabajar, pero siempre hemos tenido tiempo para los amigos, la familia y las vacaciones.

He aprendido que muchas cosas que uno da por sentado, no son así y también he asimilado que siendo consistente uno puede lograr sacar adelante negocios que se ven imposibles de lograr.

El emprendimiento te da la oportunidad de poder elegir tus prioridades. Nosotros muchas veces hemos priorizado un cumpleaños de un sobrino por sobre una tarde de pega. Eso trabajando en una oficina es imposible.

Emprender en mi opinión no es trabajar 24x7 sino tomar las decisiones correctas. Entender cuándo trabajar 50 horas a la semana y entender que si no tienes trabajo la piscina te está esperando. Nosotros pasamos meses de mucho trabajo pero también meses con muy poca carga laboral. Uno no se tiene que sentir mal por no tener trabajo y por ende inventarse trabajo, al revés, hay que estar preocupado cuando no alcanzar a terminas tus pendientes.

A mi familia le encanta mi trabajo y no tiene problemas con las horas que le dedico. Existen tantas posibilidades de éxito como emprendimientos exitosos hay. Es muy común ir a charlas a escuchar a emprendedores dar las claves para lograr el éxito. Yo no creo en eso, creo que hay ciertas cualidades que son similares; Amantes del riesgo, capacidad de liderazgo etc. Pero no existen caminos correctos para el éxito. El único consejo real es probar y escuchar, probar y escuchar.

En resumen mi experiencia ha sido increíble, hemos aprendido mucho más de lo que nos imaginamos, desde pintar puertas hasta declarar IVA. Emprender es luchar contra uno mismo, contra lo que te imaginaste siempre que tenías que ser.

BÚSQUEDA Y SELECIÓN DE EQUIPO

MARIO FERNANDINO



"LA SOLEDAD NO LE HACE BIEN A LOS NEGOCIOS"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA ennegocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo.

El tiempo avanza y mirar atrás permite ver tu trayectoria con perspectiva. Con orgullo siento que fui capaz de formar un equipo alineado con los objetivos de nuestra empresa. Desarrollamos una cultura propia, una forma de trabajar, de enfrentar las dificultades y buscar oportunidades en los problemas. Tu ecosistema habla por ti y no hay mejor marketing que tu propio equipo, eso se transmite a los clientes y a todos quienes interactúan con nosotros.

Mis características personales jugaron un papel clave a la hora de formar equipo. Tengo muchas ideas preestablecidas y soy bastante porfiado, un aspecto que en algunas oportunidades me ha jugado en contra. Por ello, he buscado personas que me cuestionen, discutan y me hagan pensar para lograr, en conjunto, las mejores soluciones para nuestra empresa.

Mi primer emprendimiento partió con un equipo muy pequeño formado por los dos dueños más apoyo contable y operativo, el resto lo subcontratamos. En un comienzo era una empresa de servicios de comercialización y no de producción. Sin embargo, la pesca se fue complejizando y tuvimos que variar nuestra estrategia de aprovisionamiento, transformándonos en productores de diversos pescados y mariscos.

Productos como la centolla, chilean seabass y locos, entre otros, eran recursos que tenían muy atomizada la compra en los pescadores y debíamos convencernos de que nos abastecieran a nosotros y no a otros operadores de la industria. Esto generó necesidades de una estructura diferente y creamos una nueva unidad de negocios independiente, que actualmente cuenta con su propia planta de elaboración en Puerto Natales. Además, subcontratamos procesos productivos en otras plantas ubicadas en Coronel y Puerto Montt para así garantizar que lo que comprábamos a los pescadores fuera bien procesado.

Por otra parte, debimos crear un departamento de compras y procesos con talentos diferentes que suplieran la lejanía de la Gerencia, ubicada en Santiago. Este proceso de selección y estructuración fue complejo porque transmitir los valores y principios de los fundadores a los nuevos integrantes del equipo ubicados en distintos puntos del país es un desafío no menor. Un elemento que nos ayudó en este desarrollo fue que seguimos siendo una empresa con una estructura pequeña y con poco personal, por lo que la transmisión de los valores y cultura siguió siendo directa.

Para emprender no sólo debes ser persistente y porfiado, es fundamental ser colaborativo, escuchar a las personas que forman parte de tu ecosistema y abrirse a contar para recibir buen feedback. Hoy los negocios son tan complejos que se necesitan conocer demasiadas variables para que te copien tu iniciativa.

Siempre es más rentable contar con muchas opiniones para resolver un problema en el momento adecuado que pretender solucionarlos uno mismo. La soledad no le hace bien a los negocios.

La posibilidad de desarrollo profesional es un activo que siempre ha permanecido como meta dentro de nuestra empresa. Es vital que las personas que se incorporen a nuestro equipo sientan que si el trabajo se hace bien hay proyecciones para él o ella dentro de la estructura organizacional.

Más que un lugar donde ganar dinero, hemos intentado crear un ambiente familiar, donde se conversan los puntos de vista tanto en el ámbito personal como profesional, sin el temor a ser despedido por tener una opinión distinta. Contamos con una estructura plana, con el desafío constante de que todos sientan que son un aporte al desarrollo de la empresa y donde las puertas de la oficina del jefe están abiertas para atender a su gente.

El tema de los incentivos ha sido y será un foco de tensión, siempre es insuficiente aunque inicialmente sea un valor atractivo. Por esto hay otros aspectos relevantes y valorados que no tienen que ver con el dinero como es la flexibilidad en permisos por problemas familiares u de otra índole.

Privilegiar un clima de unidad es fundamental y para ello hay celebraciones en fechas importantes y hay préstamos para acceder a ciertos bienes importantes. Son incentivos que al final del día las personas valoran de la misma forma que los monetarios. Otra forma de motivar al equipo son los premios por logro de metas, no tanto personales, sino que grupales, en áreas como ventas, resultados operacionales y propuestas de mejoramiento de la compañía.

En los procesos de selección uno puede hacer muchos tipos de test, pero además del perfil adecuado y los conocimientos relevantes para el cargo, se debe tener presente la cultura de nuestra organización que determina si la personalidad del postulante podrá incorporarse de buena forma en nuestro sistema de trabajo.

BÚSQUEDA Y SELECIÓN DE EQUIPO

SEBASTIÁN SALINAS



"RECONOCIMIENTO, DINERO O SENTIDO SOCIAL"

Ingeniero Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez con Magíster en Innovación y Emprendimiento. Director Ejecutivo de Innorus, institución relacionada a la enseñanza de emprendimiento en liceos técnicos. Creador y fundador de empresas como SPMT, SOLEC y Emprediem, destaca esta última en el ámbito del emprendimiento social, desarrollando proyectos como Lean Play, metodologías de innovación y emprendimiento, Balloon, programa de innovación social que combina turismo con desarrollo local y Glocart, que da acceso a nuevos canales de comercialización para emprendedores locales.

El año 2011, comencé a emprender, tuve la oportunidad de formar parte de un programa de Endeavor y Fundación Chile, en esa oportunidad me pude dar cuenta que una forma potente de erradicar la pobreza era la transmisión de herramientas de emprendimiento. Y fue ahí donde decidí formar esta empresa de gestión de proyectos de innovación social. Ese mismo año viajé a Kenia para generar trabajo y ayudar a la gente de la localidad de Nakuru, donde pude comprobar que se puede combatir la pobreza mediante el emprendimiento.

Mi primera oficina fue en un espacio de Co-Work, donde tuve la oportunidad de conocer mucha gente que luego me sirvió para ir escalando el negocio. Asimismo, aprendí de la importancia de la colaboración que pudimos aplicar en el viaje a Kenia, ahí se nos ocurrió junto a dos ingleses fundar www.balloonkenya.com, donde fuimos con la finalidad de generar trabajo y romper el asistencialismo que existe de las instituciones gubernamentales, pero la experiencia nos transformó a nosotros incluso más que a los emprendedores locales y, nos dijimos yo pagaría lo que fuera por vivir esta experiencia, la experiencia de conocer un destino turístico, pero trabajando con las comunidades.

El gran problema con respecto a mi emprendimiento fue que en uno nunca es profeta en su propia tierra, o sea, en Chile nadie creía en el proyecto, postule a 14 fondos durante dos años y nunca obtuve un sí. Y la caja de la empresa era muy escasa, donde en el corto plazo mis dos socios iniciales tuvieron que dar paso al costado. Uno a finales del 2011 donde prácticamente no estuvo y otro a finales del 2013.

En cuanto al equipo, cada año hemos ido cambiando, el 2012 éramos tres personas, el 2013 entre enero y mayo estaba sólo yo y, luego en mayo se sumó mi actual socio Álvaro Cercos y juntos sacamos la empresa adelante donde hoy somos 11 en Chile y dos en Argentina.

Los procesos de selección en la empresa son de entrevistas con el jefe de proyecto, y luego conmigo después de ambos filtros se toma la decisión. Antes que todo hay un filtro por CV y recomendaciones.

Internamente trabajamos el liderazgo mediante jornadas de reunión ampliada todas las mañanas del lunes, donde dos personas del equipo presentan aprendizajes de cierta lectura asignada, además compartimos mucho fuera de la oficina. Cada persona del equipo además de trabajar en uno de los tres proyectos más grandes, tiene uno particular del cual es responsable.

Se puede encantar a los talentos dando participación en la empresa por horas de trabajo, invitar a que la gente se haga su sueldo levantando clientes o fondos, entregar facilidades del horario para que pueda compensar sus horas con otro trabajo.

Es primordial tener en cuenta en la búsqueda de talentos el sentido con el que trabajan las personas, unos trabajan por dinero, otros por reconocimiento y, otros con un sentido social, las tres muy válidas, sólo que según lo que uno quiera para su empresa tiene que ver qué sentido quieres que tenga la gente que este dentro.

COLABORACIÓN

MARIO FERNANDINO



"ES UN ATRIBUTO FUNDAMENTAL PARA LOGRAR ÉXITO EN LOS NEGOCIOS"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA en negocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo.

En mi primer negocio que inicié en los años noventa, tuve la oportunidad de conocer a un grupo de emprendedores de Puerto Montt que comenzaban un negocio ligado a la producción de salmón ahumado. Nos dimos cuenta que les faltaba mucho en equipamiento y conocimiento y evaluamos que invertir con ellos sería una buena opción para escalar ese negocio. Nos fue mal, no funcionó por la complejidad de ese mercado en particular y por falta de un estudio más profundo de todas las variables que nos hubieran permitido anticiparnos y no fallar.

A pesar de todo, logramos un espíritu de cooperación y colaboración con estos emprendedores. Confiábamos en que juntos podríamos sacar adelante la iniciativa. Sin embargo, no logramos nuestro objetivo y el negocio cayó en el valle de la muerte. Veinte años más tarde tuve la oportunidad de toparme nuevamente con parte de este equipo de personas y me invitaron a participar en un nuevo negocio de tecnología de seguridad. Un mes después éramos socios en una compañía que llamamos Orca, www.orcatecnologia.cl.

Actualmente, este emprendimiento es un éxito y después de cinco años está escalando a niveles insospechados. La estructura de esta empresa también es clave en estos buenos resultados. La oficina de operaciones y ventas se encuentra en Puerto Montt y mis dos socios, Ignacio y José Luis, llevan el negocio diario de una manera muy eficiente. Como gerente general les entrego toda mi experiencia y a dos mil kilómetro de distancia nos complementamos a la perfección.

¿Por qué estos emprendedores pensaron en nosotros como socios? Sencillamente porque las personas valoran la colaboración abierta, dispuesta, íntegra y leal. Hoy en día, la colaboración en los negocios es un atributo fundamental.

Generar un ambiente donde los distintos puntos de vista sean valorados es esencial. Mientras más nueva y pequeña es una empresa, más relevante es la interacción con agentes externos, ya que muchas veces a nivel interno no contamos con todas las habilidades y experiencia necesarias para hacerlo mejor que la competencia.

La colaboración tiene mayor valor que la sorpresa que puede generar una nueva idea sin profundidad. Si el negocio es tan fácil de replicar como para que te lo copien sólo con escuchar un discurso de 15 minutos, quiere decir que tu proyecto es demasiado vulnerable y no has encontrado los drivers generadores de valor. La profundidad es lo que permite que tu iniciativa sea única y perdure en el tiempo. Entonces si te van a copiar ojalá que sea antes de comenzar y no después de haber invertido tiempo, dinero y ganas.

COLABORACIÓN

PRISCILLA RADEBACH



"LA COLABORACIÓN COMO SENTIDO DE PERTENENCIA"

Diseñadora de la Pontificia Universidad Católica de Chile con más de 10 años de experiencia en diseño de Imagen Corporativa y Branding para pequeñas, medianas y grandes empresas. Fundadora de Recheck.cl y Reforce.cl. La primera es una Agencia de Diseño Gráfico Corporativo, Editorial y Web, que ayuda a pequeños y grandes empresarios a conectar sus productos y servicios con sus clientes. Reforce, servicios integrales para grandes empresas.

Recheck.cl nace a fines de 2006 por dos diseñadoras. Cada una ya había trabajado en agencias de diseño de forma dependiente y, veíamos un gran potencial en llevar el diseño a un rol mucho más activo, como una herramienta que esté al servicio del desarrollo, crecimiento y evolución de pequeñas y grandes empresas, mejorando aspectos tanto internos como externos, con sus colaboradores, clientes y públicos relevantes en general.

Los primeros años del negocio fueron difíciles ya que no teníamos casos de éxito que mostrar, tampoco una identidad dentro del mercado que nos permitiera respaldar la venta de nuestros servicios. Tampoco sabíamos cómo manejar una empresa, qué aspectos administrativos considerar para que subsistiera y que no sólo se quedara en las buenas intenciones de dos profesionales del diseño.

Averiguamos, investigamos, acertamos y fallamos. El 2012 fue un año especial, tuvimos buenos ingresos que no supimos administrar, por lo que la empresa se desestabilizó, afectándonos económicamente a fines de ese año.

Lleguamos a Co-Work, espacio de colaboración, a principios de 2013, tocando puertas para ver cómo resolvía la situación económica que Recheck estaba pasando en ese momento. En esa época cumplo.cl estaba en las oficinas de Co-Work de calle Encomenderos. Llegué preguntando por un crédito para mi empresa y terminé con nuevos socios y una nueva oficina para Recheck.

Hoy la empresa no sólo se estabilizó y logró sobrevivir, tenemos nuevos integrantes en el equipo, consolidamos la prestación de nuestros servicios de diseño gráfico a emprendedores y empresas en crecimiento para ayudarles en el diseño de sus servicios, trabajando para Chile y el extranjero, oportunidad que surgió en este espacio colaborativo.

También tenemos nuevos proyectos, hoy Recheck es parte de Reforce.cl, un proyecto que nace alrededor de la cafetera de Co-Work, y que une a co-workers de diferentes disciplinas con el objetivo de prestar un servicio integral y con mucho sentido, dirigido a grandes empresas para ayudarles a alinear sus comunicaciones desde la consultoría, ventas, diseño, TI y periodismo. El equipo está compuesto de co-workers en Santiago y EEUU, explorando también la posibilidad de apertura al mercado extranjero, unidos bajo el mismo lema de servicio.

El camino de emprender a veces es duro y solitario. Llegar a un espacio de colaboración y darte cuenta que no sólo eres tú sino que muchísimos más los que están en esa misma situación, dando la pelea día a día, te da una sensación de pertenencia, de que no estás tan loco y que realmente con esfuerzo y mucha disciplina puedes lograr tus objetivos.

Compartir día a día con personas empáticas, que han pasado por lo mismo (o peor) que tú, que siempre están dispuestos a compartir sus experiencias y a darte una mano o un buen consejo, o simplemente juntarse a disfrutar desde un café hasta un happy hour (que en Co-Work no son pocos), para mí es muchísimo más placentero, educativo y constructivo que estar sola en una oficina o trabajando desde mi casa. No sé con certeza si he sido conectores de otros, pero sí sé que cuando veo una oportunidad para un coworker los conecto, así como lo han hecho conmigo otros compañeros. Es un círculo virtuoso.

En un comienzo nos topamos con dificultades, temas administrativos como cambio de dirección tributaria, patente y esas cosas. A veces tener tanta gente alrededor distrae un poco, pero lo prefiero mil veces eso a un lugar sin esa sinergia, o feedback constante. Pienso que aquí hay muchas oportunidades por donde mires, sólo se te tiene que ocurrir una idea para que otro se entusiasme y quiera participar también.

Hay varios consejos que he recibido, desde los generales, como tolerancia, paciencia, resiliencia, no rendirse, que al mal tiempo buena cara, que todo pasa… hasta consejos más específicos, que van desde modelo de negocios, técnicas de ventas o administración, etc. Atesoro cada uno de esos consejos, todos son importantes, sobretodo si vienen de personas que han experimentado esas situaciones.

Es difícil resumir mi experiencia en pocas palabras, sólo decir que hoy tengo una segunda oportunidad con mi empresa recheck.cl, que estar en este espacio ha sido lejos lo mejor que me podría haber pasado en este último tiempo. Hoy tengo nuevas ideas, nuevas colaboraciones, nuevos amigos, nuevos desafíos. No podría estar en un mejor lugar.

COLABORACIÓN

ÁNGELES UNDURRAGA



"SER EMPRENDEDOR ES LO SUFICIENTEMENTE SOLITARIO COMO PARA PARTIR SÓLO"

Ingeniera Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez. Máster en Finanzas y Minor en Psicología y Organizaciones de la misma casa de estudios. También egresada de Singularity University en la NASA, programa que tiene como objetivo buscar soluciones a los grandes desafíos de la humanidad a través del uso de tecnologías. Socia y Directora Ejecutiva de Mujeres del Pacífico. Co-fundadora de Dale Sentido. La primera es una Empresa Social que impulsa a mujeres de Latinoamérica que a través de sus negocios son motor de desarrollo económico de la región, mientras, la segunda, es una plataforma que busca dar herramientas a microempresarias para sacarlas de ese nicho.

El inicio de mi emprendimiento fue el año 2013 y comenzó de manera inesperada ya que comenzamos el proyecto por la demanda que había de encontrar una plataforma y catalizador para mujeres de negocios.

Después de un viaje que organizamos juntos a BST Innovations para llevar a líderes femeninas a aprender de innovación y tecnología a Silicon Valley, surgió la necesidad de que las sinergias que se habían dado entre las potentes mujeres del grupo y las conexiones que se crearon entre empresas de ambos países, no podían quedar sólo en una experiencia de un viaje. Por lo que muchas de estas mujeres querían perpetuar la experiencia y traspasar sus conocimientos a otras mujeres.

En el intermedio me fui a estudiar a Singularity University, donde aprendí de tecnologías exponenciales y a cómo se podrían solucionar los grandes problemas de la humanidad a través de estas. En esta experiencia nuevamente me tocó trabajar con mujeres ya que independiente de las tecnologías, la forma más rápida de atacar los grandes problemas sociales es a través de la mujer. Es así como comenzamos a desarrollar Dale Sentido y partió nuestro trabajo con microempresarias.

En septiembre de 2013, en mi primera reunión de trabajo, con 4 de las increíbles mujeres que habían ido al viaje de Silicon Valley, nace Mujeres del Pacifico, buscando trabajar con las mujeres como motor de desarrollo económico, los países de Latinoamérica integrados y los valores que agregan el emprendimiento y la innovación.

En Diciembre del 2013, gracias al apoyo de Prochile, lanzamos en el Lab4+, Summit de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacifico.

Hoy, somos un espacio de colaboración ambulante y todo lo que hemos conseguido ha sido en base a trabajar de la mano con otras organizaciones y empresas. Las conexiones se aceleran, la información fluye más rápido y las redes se hacen exponenciales en un espacio de cowork. Lo otro es que no partes sola aunque así sea.

Las redes que más nos han marcado, son la conexión con Prochile en 2013 y su apoyo, Raúl Rivera su conexión con el BID y Asech, el consejo empresarial a través de Jorge Errazuriz. Fundación Chile también siempre nos apoyó desde el principio. Con redes como esas navegábamos con viento a favor.

Por lo mismo, sabemos la importancia que tienen los contactos y las redes y tenemos un área específica que se dedica a generarlas para nuestras socias. Hoy, nuestra red ha pasado a ser una ventaja competitiva, sobretodo la que tenemos a nivel global, lo que nos ayuda a que las Mujeres del Pacifico tengan un landing más amigable en los otros países cuando salen con sus empresas a otros mercados. A su vez, abrimos muchos puentes a nivel público y privado entre países con nuestras visitas a develar ecosistemas de innovación de otros países. Desde ahí han nacido muchas alianzas y puentes.

Recomiendo, de todas maneras, trabajar en un espacio de colaboración, el camino del emprendedor es lo suficientemente solitario como para partir sólo. En estos espacios encuentras pares, pero por sobre todo aliados de tu proyecto, que lo ven crecer, que te ven caer y que te ayudan a pararte. Por lo que no sólo se crea colaboración, sino que co-creación de proyectos mejores con un ecosistema de organizaciones apoyándose entre sí.

En el emprendimiento, nos encontramos con millones de problemas en el camino y, me sigo encontrando, desde manejar presupuestos, rendiciones, decisiones rápidas y no tan acertadas, problema de liquidez de caja, entendimiento de tu público objetivo, desarrollo de productos, customización de estos, internacionalización, etc. Es un mundo nuevo cada día. Por lo mismo, el mejor consejo que he recibido, es que los emprendimientos no fracasan, son los emprendedores los que abandonan. Los proyectos pueden mutar, pero finalmente no hay nada que no se pueda sacar adelante con vocación, dedicación y constancia.

EJECUCIÓN

CHRISTIAN CAFATTI



"ENTENDER BIEN EL ESCENARIO, SABER RECIBIR AYUDA Y VOLVER A CRECER"

Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. En la actualidad es CEO de SkillupChile, empresa de inteligencia de negocio para retail, enfocada en el servicio de FollowUp, tecnología que integra la información de lo que ocurre en los locales comerciales junto con el resultado en ventas.

En agosto 2010 constituimos JACH technology S.A., JA por Japón y CH por Chile, con el nombre de fantasía Skillup Chile. El proyecto partió con tres emprendedores chilenos uno que vivía hace 10 años en Japón y dos en Chile, nos asociamos con SkillupJapan tras haber realizado mi práctica profesional en Tokyo.

En una etapa inicial partimos tomando muchas tecnologías y desarrollos, separamos la empresa en varias áreas, lo que fue muy difícil de manejar, hasta que después de varios meses decidimos enfocarnos en un servicio a la vez. Partimos con FollowUP que se alineaba con el área de desarrollo de procesamiento de video en SkillupJapan y tras un importante esfuerzo logramos alinear a todo el equipo y empezar un crecimiento exponencial. En esa etapa estamos y ahora después de dos años de ese hito estamos recién abriendo una segunda línea de negocio.

En estos años nuestro servicio ha evolucionado de la mano con el cliente. Todo lo que avanzamos y creamos nace por parte ellos o de necesidades claras que identificamos, así logramos mantener una línea de crecimiento exitosa y esta estrategia nos ha permitido probar y equivocarnos rápidamente, sin mucho costo.

Esto nos hace flexibles y desde mi punto de vista es la clave del éxito de cualquier servicio. Está bien amar los proyectos y poner toda la pasión que esto requiere, pero no tiene sentido obsesionarse y perder de vista lo más preciado, el cliente. De cierta forma es igual a una pareja.

Realizamos un prototipo y nos gustó tanto la experiencia que se convirtió en nuestra estrategia comercial, todos nuestros clientes viven la experiencia de cambio de FollowUP con un piloto similar a nuestro primer prototipo, así con cada nuevo cliente revivimos el aprendizaje del primer prototipo, en realidad esto hace que no tengamos que convencerlos, el servicio muestra sus beneficios y la decisión de compra es automática.

Lo más complejo es demostrar a nuestros clientes que cambiar la forma en la normalmente desarrollan su negocio puede traer grandes beneficios, para convencerlos hay que tener una real convicción y estuvimos dispuestos a todo tipo de esfuerzos. En un comienzo falto poco para que nosotros mismos vendiéramos en las tiendas cuando encontrábamos escenarios de colapso y así también tuvimos que enfrentarnos a la vista clásica de marketing y demostrarles que muchas veces las campañas, por bien evaluadas que estén en la mirada comunicacional, no necesariamente logran los resultados comerciales.

Uno de los principales desafíos tuvo relación con el crecimiento y la constante reinversión que esto representa, para resolverlo creamos una lógica de financiamiento apalancada en la relación con los clientes, de esta forma ellos estaban dispuestos a asumir una relación de largo plazo con nosotros a cambio de una menor inversión inicial, con contratos de largo plazo los bancos creyeron en nosotros y el financiamiento se dio de forma natural.

Ahora lo que estamos enfrentando es la posibilidad de crecer de forma explosiva en mercados internacionales, esto tiene muchos nuevos desafíos, entre otros, las redes globales, esto es todo un tema en sí mismo.

En resumen, estoy realmente feliz, ha significado mucho sacrificio, pero no hay nada que haya hecho que no me haya entregado un nuevo conocimiento. Desde armar las primeras mesas de la oficina hasta cerrar negocios internacionales, todo te entrega valor y muchas veces el mayor de ellos esta en los errores y caídas que tenemos día a día. Hay que pararse de nuevo, entender bien el escenario saber recibir ayuda y volver a crecer.

EJECUCIÓN

CAROLINA ROSSI



"TIRARSE A LA PISCINA ES LO MÁS VALIOSO DE EMPRENDER"

Periodista con mención en Comunicación Estratégica de la Universidad Finis Terrae de Chile. Posee un diploma en Gestión y Management de Bienes Culturales y Ambientes con doble titulación de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Universitá Degli Studi Roma Tre de Italia. Fundadora & CEO de Yeba.me SpA - App que busca democratizar el acceso al transporte en Latino América- Directora de Startup Grind para Chile y asesora en Emprendimiento/Innovación para el Banco Mundial. Ha recibido diversos premios, entre ellos el Social Venture Challenge de la Universidad de Harvard EE.UU., becas de honor y diploma al mérito de la Universidad Finis Terrae y diploma por el aporte a la promoción de emprendimiento de Western Michigan University.

El año 2008 fue cuando por primera vez intenté ejecutar un proyecto propio, tenía cerca de 21 años y quería hacer algo que generara un cambio. Viniendo de una familia de diseñadores y arquitectos y yo, por las cosas de la vida, no siendo necesariamente artista, se me ocurrió hacer un "Market Place" para diseñadores.

Soñaba con hacer algo grande y agarrando la poca experiencia que gané armando un blog en internet por ahí en 2007 donde le pedía a mis compañeros periodistas que me enviaran algunos textos, quise moverme a la creación de una plataforma web. Me compré libros de la web 2.0, empecé a leer más que nunca de tecnología y me alié con un diseñador industrial y otro gráfico y armamos un portal llamado www.crea-se.com que en la práctica nunca creció al nivel que esperábamos. Lo hicimos en inglés, lo pensamos en grande, pero sin saber prácticamente nada de programación nos metimos y cometí una serie de errores que luego me sirvieron para aprender y liderar nuevos proyectos sin caer en lo mismo.

Lo errores fueron; Subcontratar a un programador y no contar con ningún socio técnico para liderar de la manera correcta el tema; Buscar crecer de manera muy rápida a escaladas gigantes, en vez de ir paso a paso; El no conocimiento de las "startups", el mal recibimiento hacia emprendedores no-técnicos que se ponían a liderar un proyecto y la falta de algunos fondos para este perfil de emprendedores. Pero, el mayor error es siempre de uno. El emprendedor no le puede echar la culpa al contexto o a la falta de fondos, cuando se vienen todos estos problemas encima de uno, lo peor es cerrar las puertas y dejar el tema de lado.

Ahí está la garra, el saber caer y levantarse de nuevo. Crea-se.com, con su diseño con toda su estructura, con su modelo de negocio está armada, pero sigue en alguna carpeta de mi computador esperando, quizás algún día volver a salir a la luz.

En 2009, me lancé como co-fundador de otro proyecto llamado Unidas, con el cual ganamos el Social Venture Challenge de la Universidad de Harvard, lo ejecutamos en Ecuador y logramos levantar capital junto a quién comenzó con la idea y hasta hoy lo continúa, mi socia en ese entonces la alemana Jessica Hausler. Unidas fue la prueba que sí podía, podíamos armar un proyecto, en este caso con impacto social y basado en la protección de miles de mujeres latino americanas al generar transformarnos en una especie de RED que identificaba y unía a ONGs existente de la Región que buscaban y luchaban en contra de la trata de blancas.

Unidas llegó a ser grande, hoy sigue viva y Jessica vive en África liderando el tema. Por mi parte decidí terminar la universidad, especializarme y en 2010 me lancé volví a sacar de mi carpeta "Crea-se.com" y comencé a buscar nuevos fondos para llevarlo a cabo, es así como me topé con Start-Up Chile.

Por las cosas de la vida, me llegó la invitación para ser parte de quienes comenzamos con esta gran aventura, entrando durante la primera generación de Start-Up Chile en comunicaciones y tras más de 3 años pasé a liderar varias áreas entre ellas "Business Development y Alianzas Internacionales" y la más significativa a mi parecer a armar lo que sería el Sistema de Impacto Social de Start-Up Chile basada en una herramienta previamente creada por el team conocida como RVA.

Tras estos más de 3 años, renuncié para lanzar mi propio startup llamado Yeba.me <http://www.yeba.me>. que busca revolucionar la movilidad de las personas en Latino América a través de la democratización del acceso al transporte en la región. Es una App para IOS y Android que conecta a personas a través de Facebook, sean amigos en común o no, para que te transporte de un lugar a otro por un aporte voluntario. Es llevar el "hacer dedo" de los offline a lo online, pero con redes de contacto e identificando al conductor como pasajero. Como decimos nosotros por acá: "Yeba.me le pone cara a tú conductor".

Este emprendimiento lleva apenas 2 meses desde su lanzamiento y ya ha superado los 70 conductores aprobados y las más de 1.100 descargas sin ningún trabajo mediático. Sólo calle, boca a boca y entendimiento del usuario.

Yeba.me tiene todo lo que un proyecto emprendedor debe tener: Socios que dejaron el trabajo para estar 100% dedicados al proyecto, miembros del equipo dando la vida para que salga adelante y la inversión primaria vienen 100% de los bolsillos de los socios y/o de sus familiares, lo que a mi parecer y experiencia hace que se genere un compromiso mucho mayor ya que estás poniendo todo tu capital en el proyecto.

Desde que partimos con la idea en diciembre, ha evolucionado en términos de cómo pensamos que iba a ser la conexión con los conductores, con los usuarios. Hemos ido creciendo en algunos temas más lento, en otros más rápido. Son constantes alto y bajos que uno como emprendedor tiene que estar dispuesto a asumir. Lo más complejo de llevar la idea o el sueño a un plan real es tirarse a la piscina, para mí es lo más valioso de emprender. El renunciar a tu trabajo, a tu sueldo, para mí es lo que muestra si efectivamente tienes o no alma emprendedora. Porque tienes que dar todo por ello, estar 100% ahí.

Claro, el emprendimiento se basa en hacer, en ejecutar. Por nuestra parte hoy en yeba.me estamos probando acercarnos a las universidades y estar presentes, quizás el plan no está perfectamente armado, pero uno debe probar, ejecutar y luego ir viendo cómo el tema agarra fuerza.

Es fundamental el "hacer calle", salir, conversar, observar y probar nuevas estrategias, más que sentarse a pensar. Esa también es una gran diferencia. Miles de nosotros tenemos nuevas ideas-algunas extraordinarias- la gran diferencia está en quién da ese salto mayúsculo y las ejecuta, en ese sentido, el mejor consejo que he recibido es siempre tener una causa a seguir.

EJECUCIÓN

MARIO FERNANDINO



"CONVERSEN DE LO IMPORTANTE, NO SÓLO DE LO URGENTE"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA en negocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo.

El plan de negocios es fundamental para definir los elementos que influirán en tu futura compañía. Emprender no es tirarse a la piscina, es un trabajo que requiere método, estudio, olfato para las variables que no están dadas y mucha garra para sortear las miles de dificultades que surgen en el camino.

La elaboración de mi plan de negocios en el proyecto América 2000, enfocado en la venta de productos del mar al mundo ofreciendo el mix de productos de Chile, requirió mucho estudio y evaluación de cada una de las variables. La ejecución del proyecto comenzó entre 1992 y 1995 y el criterio de selección de los clientes fue aquellos que necesitaran una gran variedad de productos de Chile, no sólo salmón.

Con ello se pretendía ofrecer una alternativa distinta, "única" a la oferta de las grandes empresas y obtener con ese valor agregado un margen de ganancia adicional. Estos clientes requerían embarques aéreos con una alta frecuencia. Se generaron ventas de baja cuantía y alto costo operativo que no fueron compensados por el mayor margen propuesto inicialmente. En el camino debimos modificar la estrategia y ampliar la gama de clientes, potenciando ahora principalmente a aquellos de mayor volumen. Este cambio generó un vuelco en los flujos y resultados de la compañía y la hizo escalable. Sin embargo, esta experiencia generó un gran desgaste de recursos al perseverar demasiado tiempo en un producto que no era el correcto.

Llevar un producto de la idea a la acción tiene desafíos importantes que vale la pena analizar. En nuestro caso el tiempo fue el factor crítico que no se evalúo de manera adecuada. Quizás le teníamos demasiada fe al producto y no nos detuvimos a pensar a tiempo. Creo que ese puede haber sido el error, muchas veces el día a día nos consume, uno se dedica más al hacer y no a re pensar constantemente. Es una dificultad común en una etapa temprana del negocio por la poca disponibilidad de recursos humanos.

Afortunadamente, debido a mis negocios he viajado mucho y he aprovechado ese tiempo de soledad para pensar en cómo mejorar y aprovechar las oportunidades que se van presentando. A medida que la empresa crece y evoluciona es crucial desarrollar un buen equipo que cubra las actividades diarias para destinar tiempo a pensar en nuevas soluciones, a innovar sobre lo que se está haciendo para obtener mejores resultados.

Salir de la rutina de funcionamiento del negocio te permite tener una perspectiva más amplia, la experiencia adquirida se transforma en un atributo que para compartir y crear.

En la medida en que uno crece como emprendedor y se va transformando en empresario se da cuenta que las redes colaborativas que ha formado en el tiempo, las experiencia en distintos ámbitos y el crecimiento personal pueden sumarse en un torbellino inmenso de nuevas ideas, nuevas soluciones mucho más complejas, más atinadas y más eficientes.

Mi sueño sigue siendo formar nuevos emprendimientos y transmitir a otros los conocimientos que he adquirido en la búsqueda constante de oportunidades. Sean inquietos, dediquen tiempo a pensar y conversen de lo importante, no sólo de lo urgente. Es un consejo aplicable no sólo en la empresa y tiene aún mayor valor en la vida. Háganlo pronto, porque en general cuando se deja pasar ya es tarde!

EJECUCIÓN

OSCAR HERRERA



“LA INNOVACIÓN LIGADA A LA REINVENCIÓN CONSTANTE”

Ingeniero Comercial y Master of Science de la Universidad Adolfo Ibáñez. Gerente General y fundador de MusucHouse Ltda., casa de diseño que nace con el fin de desarrollar, producir y comercializar objetos de diseño de autor. Actualmente preparan el lanzamiento mundial de SelkBag®, saco de dormir, vestir que cuenta con piernas y brazos.

Mi primer emprendimiento comenzó en 1999 cuando aún estudiaba y, el último, lo inicié el año 2009. Cuando partí trabajaba en un departamento que nos prestaron mientras le buscaban arrendatario, con reuniones en cafés y vendiendo nuestros autos para mantenernos. Luego de seis meses logramos constituir la empresa como tal y estructurar de mejor manera la operación. Desde ahí ha sido un torbellino de decisiones, viajes, apretadas de cinturón y todo lo que conlleva emprender.

Luego de mucho trabajo las ventas no tardaron en llegar, lo que ayudó a poder pagar una oficina, empezar a contratar gente y desarrollar el plan que nos habíamos propuesto. Dado a que estamos muy relacionados con la innovación, dicho plan debió ser ajustado en diferentes ocasiones al ir descubriendo factores importantes en nuestro producto, nuestro consumidor y nuestro modelo de negocios. Hasta el día de hoy esa dinámica de re-invención constante es una parte integral de nuestro ADN.

El concepto de nuestro producto sigue siendo el mismo, pero si comparamos la primera generación con la quinta que estamos por lanzar, realmente sólo queda eso, el concepto. La evolución ha respondido al descubrimiento de nuestro consumidor real, el que cada vez se identifica más con nuestro producto y pide diferencias con el modelo original. Dado que estamos creando una nueva categoría de producto, debemos ser ágiles e ir adaptándonos a las necesidades de este nuevo mercado.

Lo más complicado fue focalizar, creo que el gran desafío que tiene cualquier emprendedor es poder identificar y definir las necesidades de la empresa y así poder poner foco en los esfuerzos para poder satisfacer dichas necesidades. Siempre hay más correos, decisiones y posibilidades que tiempo, hay que ser muy cuidadoso de no perderse por temas que al final no son tan influyentes para el éxito de la empresa.

Creo que sin un sueño no hay nada que hacer o ejecutar, es vital para un emprendedor, no creo que haya emprendimento sin una ilusión detrás, pero al mismo tiempo, creo que lo que define a un emprendedor exitoso es el no dejarse engañar por esa ilusión y ejecutar un trabajo profesional para que se concrete. Es muy fácil alejarse y perderse en lo que se quiere crear en vez de invertir tiempo en ejecutar, pero dicha ejecución está completamente ligada a la existencia del mencionado sueño o meta.

Es muy fácil enamorarse de algo que uno le dedica tantas horas y esfuerzos, hay veces que uno se pierde entre lo que queremos realizar y lo que los consumidores nos dicen. Hemos enfrentado dicha disputa definiendo roles claves dentro de la empresa que logran separar las aguas en la toma de decisiones.

Si miro hacia atrás, le hubiese dado más horas hombre a la administración, ya que el hacerlo en la mitad del camino es mucho más complejo. Han sido varios los consejos importantes que hemos recibido, no obstante, uno de los más influyentes es el de tener fe en lo que uno hace y no dejarse desmotivar por los momentos difíciles. Es imposible que estos no ocurran y lo importante es mantenerse fuerte. Siempre hay más motivos del porque darse por vencido, que los que hay por seguir; sin creer en lo que uno hace es imposible llegar a la meta.

Resumir todo esto es muy difícil, pero la realidad es que al final del día los socios fundadores seguimos con la misma relación de cuando partimos, o quizás más fuerte, lo que hace que el venir a trabajar tenga siempre una motivación doble.

EJECUCIÓN

RODOLFO BORZUTZKY



"PIENSA EN GRANDE Y AVANZA LENTO PERO SEGURO"

Estudió en el Instituto Hebreo y es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. CEO del grupo R&A Pet que comprende las empresas Ryapet, Macdog y Tiendapet.cl, dedicados a la venta de productos para mascotas. Ha dictado cursos de emprendimiento en la Universidad Adolfo Ibáñez, Universidad del Desarrollo y es Director del programa de nuevos liderazgos "3G", de la Comunidad judía de Chile.

Mi emprendimiento comenzó el año 2007 cuando con mi socio y gran amigo Allan Turski partimos en la bodega de su casa mientras estudiábamos en la universidad. Lo mantuvimos como una segunda mesada hasta que nos titulamos el año 2009. Al egresar, abrimos nuestra oficina y desde entonces, hemos tenido un crecimiento mayor al 40% en los siguientes 5 años.

Comenzamos con una sola línea de negocios y hoy en día tenemos tres. Siempre tratamos de reinventarnos y emprender nuevos negocios dentro del mismo.

Nuestra primera aventura fue R&A Pet, negocio que hoy cuenta con una red de 150 vendedores universitarios que ganan una segunda mesada con este trabajo. Luego vino MACDOG, cadena de veterinaria, peluquería y venta de accesorios para mascotas que hoy cuenta con 7 sucursales en Santiago y regiones. Finalmente, este año abrimos tiendapet.cl, sitio web líder en la venta de alimento Premium para mascotas por Internet en Santiago y la Quinta región.

El negocio que partimos, el de vender a través de vendedores universitarios, continua parecido a lo que nos imaginamos, sin embargo, lo que nunca pensamos era que entraríamos en otras áreas de la misma industria.

Lo más complejo fue la incertidumbre del éxito y la comparativa con los compañeros que siguieron el camino tradicional. Es difícil tener suficiente convicción como para no seguir los pasos del resto y aventurarse a algo desconocido.

Lo que nos marca como emprendedores es que somos más hacedores que pensadores, lo que es ejemplar. Por ejemplo, nosotros pensamos un día abrir la sucursal en Viña y a la semana siguiente nos habíamos ido a vivir por tres meses a la quinta región. Somos mucho más de prueba y error que de evaluación y decisión.

Creo que es vital estar convencido de que lo que vendes es un gran producto, pero no solo para ti sino para tus clientes también. Nosotros no tuvimos ese problema, pues siempre hemos vendido productos que al evaluarlos pensamos en la necesidad del cliente más que en lo bueno del producto. En el rubro veterinaria pasa mucho ese error. Los veterinarios valoran mucho más su servicio que lo que lo valoran sus clientes.

Me es difícil pensar en algo que cambiaría, de alguna manera, creo que todas las cosas pasan por algo y sin duda mirando hacia atrás, si bien hay cosas que no repetiría o que me gustaría que fueran diferentes, entiendo que sirvieron para llegar a donde estoy y por eso prefiero dejarlas así.

Nunca realizamos un prototipo siempre probamos en la realidad, si fallábamos buscábamos otra solución. En la universidad nos enseñan a gestionar, nunca nos enseñan a trabajar, poner las manos en la masa, contratar gente, no sabíamos nada de contabilidad real, tramitar sociedades, relacionarse con empleados etc. Muchas veces el choque con la realidad es muy distinto de lo que sabemos en la teoría.

Sin duda que el mejor consejo que hemos recibido es Piensa en grande y avanza lento pero seguro. En los 5 años que llevamos en el negocio hemos aprendido mucho. Me ha fortalecido como ser humano y hemos dado trabajo a gente que lo valora.

EQUIPO

AGUSTÍN GUILISATI



"EL COMPROMISO CON EL PROYECTO ES VITAL"

Agustín es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y participó del Intensive Business Program UCSD Extension en la University of California en San Diego.
El año 2012 crea Cabify Chile, una empresa de transporte Premium incorporando los más altos estándares de servicio. Su funcionamiento a través de una aplicación para celulares y web para empresas la alza como una empresa innovadora y de rápido crecimiento.

Para mí, el equipo es una de las cosas más importante en una empresa emprendedora o en fase de crecimiento. Tienen que estar todos motivados y remar para el mismo lado, son todos parte del trípode, cuando una pata está débil, se cae.

Si bien hay que dedicar mucho tiempo al equipo, en que estén contento y felices con el proyecto, es tiempo bien invertido. Es importante hacer cosas fuera de la oficina, extra programáticas, conoces otra cara de tu equipo y lo unes aún más.

En cuanto a los integrantes, hemos tenido suerte, estamos los dos originales y hemos ido creciendo y sumando más participantes con el paso del tiempo, el equipo es fundamental, ahí está el activo de tu compañía, puedes tener un buenísimo proyecto, pero sin el equipo adecuado no se efectuará.

Para la búsqueda de talentos no hay receta, o por lo menos, no la tenemos aún, para mí es muy importante la persona y conocer a cada uno cara a cara. En el papel sale información, pero no lo suficiente como para saber si estás frente a un talento. La motivación de cada uno es fundamental y que crean en el proyecto vital en este tipo de proyectos.

Los procesos de selección de entrada a la empresa son muy simples. Busco de primera fuente por el CV, según el cargo les pido que me traigan un pequeño ejercicio. Luego los entrevisto yo personalmente, en la primera visita hablamos relajado, les pregunto de su vida sus logros y que esperan en su futuro. Clave es ver si han probado el servicio, eso te demuestra real interés, luego revisamos el ejercicio y si todo va bien los llamo para una segunda entrevista con mi socio. Si pasan todo esto ya están contratados.

En cuanto al liderazgo, es un punto muy importante, porque generalmente todos los cargos tienen responsabilidad y manejan un equipo. Tenemos reuniones constantemente donde revisamos cifras y compartimos información para hacerlos partes del negocio. Creo que dando el ejemplo es la mejor manera de demostrar liderazgo y siendo consecuente con lo que dices.

Para motivar al equipo creo que es de vital importancia alinear estos a incentivos variables, todos nuestro equipo tiene una parte fija de sueldo y una variable que si desempeñan bien, puede ser mucho mayor que la parte fija.

Hoy en día somos 16 personas trabajando en el equipo y en este tiempo nos ocurrió una anécdota en que contratamos a una chica, que al parecer le explique mal de que se trataba lo que tenía que hacer y desapareció a los dos días, nunca más nos contestó el teléfono, fue muy extraño, quedamos plop!

Desde los inicios la idea primaria de negocio es la misma, sin embargo, hemos realizados muchas modificaciones, lo que es parte del emprendimiento. Tienes que estar dispuesto hacer cambios, en el camino pasan muchas cosas y la gracia es saber reaccionar y tomar decisiones rápidas, ser flexible y lo mejor de emprender, es que no hay decisiones burocráticas, teniendo la libertad de poder tomar más riesgo.

EQUIPO

DOMINIQUE ROSENBERG



"NO TENER MIEDO DE PENSAR EN GRANDE"

Campeona nacional de tenis hasta los 18 años y luego becada en la Universidad de Miami donde jugó tenis por esta hasta graduarse. Estudió en Estados Unidos Hospitality Management con mención en Negocios Internacionales. Es madre de 3 hijos, creadora de D'Beauty Spa, de DBS Beauty Supply, empresa dedicada a la distri¬bución de productos de belleza de uso profesional y de DBS BEAUTY STORE, que cuenta con casi 30 tiendas propias alrededor de todo Chile y la distribución de sus marcas a diversos retails de belleza.

El año 2005, junto a mi marido, creamos nuestro primer emprendimiento, D'Beauty Spa, lo que nos permitió encontrar una oportunidad de negocio por la baja calidad y oferta de los productos de belleza en Chile. Luego, el año 2006 formamos DBS Beauty Supply, empresa dedicada a la distri-bución de productos de belleza de uso profesional. Con una amplia gama de productos enfocados al uso profesional, cosmetólogas, peluquerías, spas y centros de belleza; obtuvimos la representación de reconocidas marcas internacionales.

Hoy tenemos la representación de 35 marcas y el desarrollo de 4 marcas propias que se comercializa bajo un concepto innovador: DBS Beauty Store, un concepto único que vino a romper el esquema de la forma de comprar belleza en Chile. DBS BEAUTY STORE cuenta con ya casi 30 tiendas propias alrededor de todo Chile y la distribución de sus marcas a diversos retails de belleza. Sus planes de expansión son a través de tiendas propias y expansión internacional.

Siempre soñé con que DBS fuera lo que es hoy en día, pero claramente las ideas y los sueños van mutando y se van moldeando cada minuto.

La empresa hoy cuenta con 440 empleados, sumándole en un corto plazo 150 personas después de la fusión con empresas Salcobrand, ya que nosotros estamos absorbiendo el formato de belleza make up stores que son 15 tiendas.

Somos una empresa joven, dinámica que está creciendo muy rápidamente a tasas del 40% anual. Tenemos muy poca rotación de los cargos de confianza. Los primeros 2 colaboradores de la compañía siguen con nosotros tomando cada vez más responsabilidades y en general, al abrirse una posición nueva, tratamos de llenarla con personal interno.

Nuestra valoración respecto a la búsqueda de talentos es fundamental. Con los años uno va entendiendo que los negocios los manejan las personas, si bien los procesos y procedimientos son fundamentales, las personas detrás de ellos son imprescindibles y son quienes componen la columna vertebral de la compañía. Esto cobra mayor importancia aun cuando estás en un rubro como el nuestro en que el servicio es una componente fundamental.

Hemos pasado por todas las opciones posible en los procesos de selección de entrada a la empresa. Hoy en día la prioridad es encontrar alguien interno en el mismo departamento o en algún otro. Si eso no es posible, buscamos afuera, idealmente por recomendaciones. El departamento de recursos humanos cuenta con un área de reclutamiento la cual se encarga de la búsqueda y selección de personal para cargos medios y bajos. Para cargos altos usamos hunting.

El liderazgo lo trabajamos con capacitación. Sin embargo lo principal es predicar con el ejemplo, en nuestra empresa no existen gerentes que no levanten cajas, tomen la escoba, o se queden hasta tarde cuando sea necesario. Somos un equipo muy cercano y que trabaja muy cohesionado. Buscamos guerreros y comerciantes.

Somos una empresa que cambia año a año. Tenemos claro que no podemos ofrecer los sueldos de las grandes corporaciones ni los beneficios de ellas. Pero lo estamos logrando poco a poco. Ya tenemos algunos cargos con compensaciones variables y hace poco hemos logrado ofrecer seguro complementario para los trabajadores costeado por la compañía. De a poco nos hemos ido convirtiendo en un mejor lugar para trabajar.

Otro factor importante es que somos una empresa bastante horizontal, nos enfocamos en la cercanía y rapidez en la toma de decisiones. Esto, junto con el hecho de que somos una empresa que se duplica cada 3 años, hace que hacer carrera sea fácil y motivador.

La facturación del 2014 fue de aproximadamente 24 USD y, las proyecciones de ventas para el 2015 son una facturación de 33 millones de dólares. En diciembre del 2014 la empresa Salcobrand adquirió el 70% de la propiedad de la empresa, lo cual fue un tremendo hito para DBS y para el mercado del retail en Chile. Esto nos ayudara a crecer aún más fuerte de lo que lo veníamos haciendo.

El mejor consejo que he recibido es el de perseguir los sueños y no tener susto en pensar grande. Ahora, uno va aprendiendo que las cosas deben hacerse paso a paso. Hay momentos para apostar y momentos para abstenerse, aunque muchos me molestan que soy un caballo loko.

En resumen, no podría estar más contenta y agradecida de la experiencia que he vivido. Hay muchas alegrías, como la posibilidad de dar trabajo a tantas familias que pagan la salud y educación de sus hijos. Y en cuanto a lo negativo, lo importante es aprender de lo malo, sobreponerse rápido, pararse y seguir.

EQUIPO

TOMÁS CARRASCO



"TRABAJAR CON LOS MEJORES"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Socio Fundador de G&T Group, grupo de 4 empresas integradas; CreativeLab, empresa creativa y de diseño; Marketing y Estrategia, Trade marketing, BTL y eventos corporativos; Visual Design, diseño y fabricación de muebles y Print & Promotionals, Offset digital, Offset tradicional e Impresión digital.

Comencé trabajando como vendedor comisionista para una imprenta cuando estaba empezando 4to año de la carrera. Ahí detecté ineficiencias en el mercado de las imprentas donde había puntas de precios demasiado extremas para un mismo producto. En ese minuto comencé con la idea de independizarme, ser un trader.

El negocio era básicamente pararme en la mitad de las puntas, comprarle al más barato y vender un delta menor al más caro. Así partí, primero en una oficina virtual, al año pasé a una oficina de 10 m2 en Providencia, en ese minuto éramos 3 personas. Después se empezó a abrir el abanico de servicios, aquellos clientes a los que les imprimíamos material promocional empezaron a solicitar que les hiciéramos la activación completa, es decir, que imprimiéramos el volante y gestionáramos las promotoras que los repartirían. Así fue como nació la productora de eventos.

Meses después nos cambiamos a una oficina más grande en un edificio viejo en Escuela Militar, ahí el equipo comenzó a crecer, contraté 2 diseñadores y un vendedor. A fines de 2012, 3 años después del inicio éramos 6 personas con 2 servicios, producción de eventos e impresión de gráficas. A mediados del 2012 año se incorporó mi hermano al negocio y abrimos una nueva área, diseño y fabricación de muebles. Esto venía a complementar el servicio a los clientes de forma que fuera más integral y cubriera en 360° sus necesidades.

Desde fines del 2012 a la fecha la empresa creció exponencialmente pasando de 6 personas a 35 en la actualidad, nos cambiamos a 2 casas que están ubicadas en Escuela Militar, tenemos 3 áreas productivas muy marcadas; Producción de Eventos, Diseño/Fabricación de muebles e imprenta. En estas 2 últimas durante el 2013-2014 hicimos una inversión para integrarnos verticalmente comprando máquinas de imprenta y montando un taller propio de fabricación de muebles lo que nos permitió dejar de ser tercerizadores y mantener el control total de la cadena de producción.

La idea primaria sigue pero se fue perfeccionando y complementando con otros servicios. Este último año nos dimos cuenta que en una empresa como la nuestra lo más importante es el equipo, por lo tanto la búsqueda de talentos es algo primordial. Para eso hoy tenemos un departamento de RRHH conformado por psicólogas y personas de vasta experiencia en esta área. Algo inusual para una empresa de nuestro tamaño, pero refleja la importancia que le damos al trabajo en equipo y la búsqueda de talentos.

Los CV llegan por portales y/o recomendaciones de 3ros. En base a esto la psicóloga se reúne con el jefe de cada área para hacer una preselección de CV, se hacen entrevistas grupales y uno a uno con los candidatos. Luego, se genera una terna de candidatos que se le presenta a Gerencia previa entrega de un informe escrito por parte de la psicóloga añadiendo comentarios del jefe directo del cargo que se busca.

A diferencia de los trabajos tradicionales, para competir y encantar a los talentos, sobre todo en etapas iniciales creemos en dos pilares fundamentales. El primero es creer en el proyecto y visualizar una proyección, y el segundo tiene relación con los incentivos. La combinación de estos dos puntos es lo que a uno le permite conseguir talentos. En el punto uno es muy importante saber transmitir lo que uno cree del proyecto y lo que uno espera del potencial talento que puede aportar a la empresa.

Respecto a los incentivos generalmente los trabajos tradicionales tienen sistemas de bonos solo para las áreas de venta. En el caso de un emprendimiento es más flexible lo que te permite generar planes de incentivos en todas las áreas.

Hoy somos 35 personas de planta. Dependiendo de la carga laboral podemos llegar a tener una población flotante adicional de hasta 150 personas semanales dependiendo de la actividad que generen los clientes.

Hemos pasado por todo, como tener buenas y malas experiencias por contratar amigos, o algunos conflictos por las modificaciones a los planes de incentivos, lo que genera mucho descontento, sobre todo en el área de ventas. Hay que tener mucho ojo en ese tema, el plan de incentivos es algo primordial y debe pensarse muy bien antes de comunicarse ya que volver atrás tiene grandes costos para el clima laboral.

En resumen, mi experiencia ha sido muy gratificante. Me ha tocado estar a cargo de fuerzas de venta de 10 personas con sólo 23 años, he tenido que crear planes de remuneraciones- debo haber hecho 20 en 5 años-, he desarrollado descripciones de cargo y workflow para cada área, y he tenido que determinar acciones y reglas que potencien el clima laboral.

Todo lo anterior, sumado lógicamente a la experiencia con los clientes, me ha hecho entender que lo más importante en la empresa es el equipo. Tiene que estar integrado por los mejores, aunque eso cueste más caro, porque no es un costo, es una inversión a mediano-largo plazo que se recuperará. Cuando alguien es independiente tiene miedo a contratar grandes talentos por incurrir en el famoso "costo fijo", pero hay miles de formas de incorporar un talento al negocio, entre ellas está el modelo de stock options, que es una gran herramienta que permite a los emprendedores contratar talentos a un bajo costo fijo, pero con una remuneración futura que tenga relación con las utilidades de la empresa, son estrategias "win win" que uno debe conocer y aplicar.

EQUIPO

JEAN BOUDEGUER



“NO NOS GUSTA PICAR PIEDRAS, NOS GUSTA CONSTRUIR CATEDRALES”

Jean es fundador de Cumplo, un sistema alternativo de financiamiento que conecta, a través de una plataforma virtual, a personas y empresas que necesitan un crédito con una red de inversionistas a lo largo de Chile.
En esta “plaza virtual” se reúnen directamente los que quieren ahorrar con los que quieren pedir prestado, fijando ellos mismos las condiciones del crédito.
De esta manera, empresas y personas se endeudan a tasas que consideran convenientes y, a la vez, quienes invierten obtienen atractivos retornos de sus inversiones, aportando así a la construcción de una sociedad más justa.

El camino con Cumplo ha sido espectacular. Comenzamos el año 2011 y desde ahí, hasta hoy, hemos armado un tremendo equipo y hemos podido levantar una plataforma que nos enorgullece. Acabamos de cumplir tres años desde que lanzamos nuestro primer crédito y sobrepasamos los 20 mil millones de pesos transados, cerrando más de 750 créditos.

En un principio nuestros esfuerzos estuvieron puestos en créditos de consumo, que personas se conectaran para prestarse dinero entre sí y recibir los retornos de estas inversiones. Al poco andar, creamos el área de empresas, con créditos de capital de trabajo y créditos factura, sumando una nueva línea de negocios a Cumplo. Hoy el negocio de Pymes representa el 90% de nuestra operación. Además, hemos dedicado una importante cantidad de horas para innovar en nuestros procedimientos y productos.

En 1 año y medio pasamos de ser 4 personas a 25, todos trabajando en Co-Work. Somos un caso particular porque no es común que empresas tan grandes sigan en espacios de trabajo colaborativo, pero encontramos la forma de quedarnos un tiempo más. La gran ventaja de trabajar así es la interacción con otros emprendedores, encontrar feedback muy rápido y poder compartir nuevos conocimientos y enseñar lo que vamos aprendiendo en el camino. Creo que espacios de trabajo como Co-Work promueven el desarrollo de emprendedores de mejor calidad, más inquietos, más ambiciosos y con mayor apertura.

Cada persona que ha sido parte del equipo de Cumplo dejó su aporte. Hoy somos un equipo de 30 profesionales, pero deben ser unas 50 ó 60 personas las que han trabajado directamente, ya sea como empleados, accionistas, empresas externas, asesores o directores. A cada uno no sólo le ha tocado trabajar en lo suyo, sino que armar cada área y cada puesto. Cuando empiezas, los roles y responsabilidades cambian constantemente y las personas que entran en una empresa nueva saben esto y buscan estar en constante movimiento.

Es difícil combinar talento, energía y capacidad de adaptación a la incertidumbre. Algunos tienen mucho talento pero no se adaptan, algunos destacan más por la energía que tienen y por su capacidad de aprender y adaptarse. Creo que si una empresa tiene la combinación de estas personalidades, se pueden hacer grandes cosas. La energía para comenzar una empresa es impresionante y muy distinta a la energía que se usa para trabajar normalmente. A mí me gusta ofrecer Cumplo a las personas que entran a trabajar como un lugar para desarrollar al máximo sus talentos.

Para mí el liderazgo va de la mano de la visión de la empresa. Cumplo está construyendo un sistema alternativo de financiamiento que permita el desarrollo de una sociedad más justa. Todos somos importantes en construir esta visión. No nos gusta picar piedras, nos gusta construir catedrales.

Lo más atractivo de una empresa que recién comienza es la libertad y la responsabilidad. No es hacer lo que se pueda, es hacer todo lo que sea necesario para que las cosas ocurran. Si no somos nosotros los que marcamos la diferencia, no va a ser nadie. Es la oportunidad de ser fabuloso/a en lo que haces. Me gusta ver a Cumplo como una plataforma donde cada uno puede hacer lo que quiera, mientras lleve al máximo todos sus talentos. Eso genera pasión y compromiso con el trabajo que se hace, pero también una gran responsabilidad porque lo que cada uno hace aporta a construir la visión de la empresa.

Ya son tres años de construcción de Cumplo y hemos armado un equipo espectacular. Hemos tenido altos y bajos y hemos superado cada etapa con mucha valentía. Cumplo aún es una empresa pequeña pero tiene el espíritu para ser una empresa a nivel global. Para eso nos falta mucho, ¡pero energía nos sobra! ¡Larga vida a Cumplo!

EQUIPO

MAURICIO VERA



"LA CORRESPONDENCIA DE CONFIANZA EN EL EQUIPO ES LA CLAVE"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Siempre quiso emprender, por lo que el año 2010 comienza con TaxiGo, empresa de transporte de taxis ejecutivos. Enfocados en el servicio para empresas, entregan un transporte eficiente, seguro y amable con el medio ambiente. La flota de taxis eficientes de bajas emisiones son de los propios taxistas, financiados por TaxiGo, fomentando así el emprendimiento dentro del equipo.

Nuestro emprendimiento nace en abril del año 2010 siendo la idea primaria, la misma que ejecutamos hoy. Los socios tampoco han cambiado y respecto al equipo de trabajo en una primera etapa, por supuesto era menor, un grupo más pequeño, de los cuales se mantienen la mayoría.

Tenemos un equipo en la parte administrativa y de operaciones que se ha mantenido con nosotros desde el comienzo, luego tenemos un equipo en la operación del call center, el cual presenta mayor rotación, pero de todas formas tenemos un equipo consolidado.

Le otorgamos el mayor valor al compromiso y a una buena actitud, el tener ganas de aprender y, a que a la persona le guste lo que está haciendo, aportando al buen clima laboral. Muchas veces es difícil mantener un buen estado de ánimo en la empresa dadas las situaciones de estrés que se presentan, sobre todo en una empresa de servicios, donde das la cara al cliente constantemente. Una actitud proactiva, positiva y amable es la clave para nosotros, la buena energía.

En los procesos de selección los CV son el primer filtro, por lo general buscamos personas sobre 30 años, ya que en ellos encontramos mayor compromiso y la rotación es menor. Por lo general inquirimos personas que no hayan trabajado en el rubro, y así poder formarlas con nuestros métodos y prácticas, ya que no compartimos al 100% la forma de trabajo que presenta nuestro rubro, y con eso hemos podido estructurar nuestra ventaja competitiva.

El factor principal del proceso de selección es la entrevista personal con alguno de los socios de la empresa. Ambos socios estamos en el día a día de los servicios, lo que es positivo para todo el equipo ya que somos parte de él.

Las personas que han tomado puestos de jefaturas los hemos seleccionado desde nuestro mismo equipo, lo que da una señal de poder proyectarse en la empresa y, estamos muy pendientes de oír a cada colaborador, ellos tienen la facultad de emprender cambios dentro de la empresa si es que estos son positivos. No fiscalizamos mucho, si no que nos enfocamos en el resultado, creemos que entregar autonomía y confianza fortalece al equipo, mucho más que una fiscalización punzante.

En cuanto a competir y encantar a los talentos en el área de compensaciones en relación a un trabajo tradicional, los hacemos parte de los proyectos, además de los incentivos económicos variables, creemos que es importante dar autonomía, que de verdad puedan percibir el impacto de su esfuerzo dentro de la organización, y que este sea reconocido por todos, que se sientan emprendedores también, porque así es.

Es importante estar seguros de que estos talentos se encuentren en sintonía con el proyecto o la empresa, así también con el equipo, tiene que ser un espacio en el que quieran estar y nos ha pasado que lo demás se va dando solo.

Hoy en día nuestro equipo lo conforman 17 personas y 70 taxis asociados.

Y una anécdota que puedo compartir es que nuestro call center es 24/7, y teníamos una operadora que supuestamente sufría dolores de espalda muy fuertes, entonces nos pidió autorización para traer un sillón de espuma desde su casa y la autorizamos. Un día llegué de sorpresa a la oficina pasado las 00:00 horas y vi que este era un sillón-cama y, que ni siquiera lo ocupaba precisamente para dormir, sino que para pololiar con su compañero de turno. No sé si fue una buena contratación.

A modo de resumen, esta ha sido una experiencia en que creo que lo más importante respecto al éxito de la mayoría de las empresas y que debemos rescatar, es el equipo que la hace funcionar. Es muy importante para emprender el poder confiar plenamente en tu equipo, el confiar de que no se van a bajar del buque, de que están convencidos igual que tú de que esto va a funcionar, que los problemas se pueden solucionar y que no vamos a caer. Confiar en que nos protegemos unos a otros, y que todos estamos remando para el mismo lado.

Es importante fomentar la transparencia, eliminar las dudas que puedan generar suspicacias, así como también eliminar los estados de obviedad y tener las reglas claras. Para una persona que está emprendiendo es muy importante poder confiar, y que confíen en ti, porque esa confianza que te entrega tu equipo debe ser correspondida con dar lo mejor que uno tiene, y así uno puede sacar el aguante que se necesita para poder llevar a una empresa adelante. Claramente esa es para mi la clave.

EQUIPO

URI MARTINICH



"USTEDES SON LA EMPRESA"

Ingeniero Comercial de la Universidad Diego Portales. Founder & CEO of LoHaria.com, web que agrupa servicios no tradicionales a un módico precio. Gerente de conversiones y SEO en Plataforma Networks. Trabaja en la industria desde el 2004, con especialidades en posicionamiento en buscadores, optimización de conversiones, manejo de reputación corporativa online, marketing digital, redes sociales, medios no tradicionales, buscadores, oratoria, argumentación y debate competitivo, entre otros.

Una de las principales lecciones que he aprendido en estos 10 años emprendiendo es que no existe empresa exitosa con un mal equipo. El problema es que armar y administrar uno, no sólo es difícil, sino que muchas veces contra intuitivo.

En vez de largos párrafos explicando en profundidad cada uno de mis aprendizajes, entrego un listado rápido que hubiese deseado tener cuando comencé.

Nunca contrates apurado, si necesitas un nuevo diseñador para la próxima semana y no has dado con el candidato que buscas, pues tendrás que ingeniártelas para cumplir con esa entrega o lanzamiento con lo que tienes. Encontrar a la persona idónea no es rápido, una razón más para aprender a retener empleados, pero el costo que te acarreará contratar a la incorrecta será siempre mayor que el de esperar.

Asegúrate de que estás dando suficiente feedback, si estás pensando en reprender o despedir a alguien, primero pregúntate si aquella persona tiene totalmente claro qué está haciendo mal. Un error común que algunos emprendedores repetimos es el de asumir que cada miembro del equipo sabe qué esperas de él. Adivina, nadie puede leerte el pensamiento. Y algo más, ellos tampoco saben qué están haciendo bien. Sé generoso con las felicitaciones sinceras.

No hagas crecer tu equipo hasta que sea realmente imperativo, cada persona que contrates será algo más que tendrás que administrar. Una silla, una mesa, un sueldo y leyes sociales, alguien a quien dar feedback, hacer seguimiento, preocuparte cuando esté enfermo y un metro más de papel higiénico al día. Recuerda, despedir a alguien es un proceso doloroso, costoso y mucho más habitual de lo que nos gustaría.

Tu equipo debe ser una tribu, los rituales y tradiciones son fundamentales para mantener la identidad dentro de cualquier grupo humano. Las religiones, los equipos de fútbol, los ejércitos, los partidos políticos y hasta las naciones tienen ritos únicos le permiten a sus miembros identificarse. Tu equipo no es la excepción. Estos rituales y tradiciones no deben ser forzados, sino que deben surgir naturalmente.

Si tu equipo es más que un grupo de personas que se junta a trabajar y dejan de verse a las 18:00, trabajarán más cohesionados, motivados y, lo más importante, más felices.

Los currículums no valen de nada, estás contratando personas en base a lo que harán por tu empresa, no por cuán capaces son de escribir un autocomplaciente resumen de sus logros. Personalidad que encaje con tu equipo y disposición a aprender valen más que talento y experiencia.

Si alguien es reacio a reconocer sus errores, no logra trabajar con el resto o simplemente tiene una actitud poco amena, no importará cuán genial o experimentado sea, restará más de lo que sumará. Una persona que googlea antes de preguntar y no tiene miedo a reconocer que no sabe para luego ponerse a estudiar y tiene onda con el resto de ustedes, será alguien que con el paso del tiempo se convertirá en indispensable.

Cuidado con los mercenarios, si alguien ingresa a trabajar con ustedes porque le pagarás más, se irán cuando otro haga lo mismo. Despide rápido a la gente que contamina el ambiente de trabajo. Si alguien genera conflictos, tiene una actitud negativa o simplemente no encaja en la cultura de tu empresa, es el momento de decirle adiós.

Despreocúpate de los horarios y enfócate en los entregables. Las horas que un miembro de tu equipo pasa trabajando son irrelevantes para el éxito de tu empresa. Lo que importa es aquello que ejecuta.

Tú también eres un empleado de tu empresa, por lo que debes ser el máximo denominador común. Si no cumples con los plazos, eres auto-indulgente o simplemente comunicas que eres más que el resto y mereces beneficios especiales, acostúmbrate a tener un equipo que no dará nada cercano a su máximo.

Si no lo están pasando bien, estás haciendo algo mal. En el instante en que detectes que el trabajo no está siendo entretenido para todos, detente, observa y corrige. Algo estás haciendo mal y el costo puede ser desastroso. Aunque poco común, he visto casos de 8 personas renunciando a la vez en un equipo de 10.

Nunca terminarás de aprender a construir, crecer y mantener a tu equipo. Cometerás muchos errores y, al menos en mi caso, repetirás varios. Lo importante es dedicar el tiempo y esfuerzo suficiente, entendiendo que todos ustedes no son una preocupación más, sino el elemento más importante de la empresa. Corrijo: ustedes son la empresa.

FINANCIAMIENTO

FELIPE ZEGERS



“LA SOBERBIA ES EL PEOR ENEMIGO”

Felipe es Constructor Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile con más de 12 años de experiencia. MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez, es Co–Fundador de Marketgreen, empresa dedicada a disminuir el impacto medioambiental de las campañas de marketing gráfico en grandes formatos. Esto a través de una plataforma que permite hacer un seguimiento a los elementos, donde también se mide la emisión de CO_2. El material de desecho se reutiliza en diferentes industrias tales como agro y construcción.

Felipe se unió al equipo de la Patagonia Sur en noviembre de 2013 convencido por la importante labor de conservación privada de tierras en la Patagonia chilena.

La idea de nuestra empresa nace en septiembre del año 2011 y, fue constituida en febrero del 2012. Con Mauro Seguí, con quien fundamos la empresa, inicialmente desarrollamos el esquema de la plataforma y el modelo de negocios, empezamos principalmente con ahorros de los socios, Mauro y yo, un aporte de mi mamá y después créditos de consumo.

A mediados del 2012 ya teníamos el modelo de negocios, un lindo power point y el MVP de la plataforma de tracking de la gráfica. En febrero de 2012 habíamos empezado a trabajar en Co-Work, donde conocí a uno de sus socios fundadores, quién me invito a contarle, junto a sus socios, nuestro modelo de negocios. Al poco tiempo nos contactaron con nuestro actual socio, que estaba en búsqueda de emprendimientos interesantes. Es uno de nuestros actuales socios, Diego Fleischmann, con quien después de revisar el modelo de negocios, y conocernos bien, compró el 20% de las acciones de la empresa.

Luego, iniciamos el proceso de marcha blanca donde tuvimos ventas en un principio lo que permitió validar lo que hasta ese minuto era el modelo de negocio teórico. Luego decidimos prepararnos y generar stock para luego comercializar mayores volúmenes. Lamentablemente en el minuto que iniciamos la segunda etapa de ventas, que estimábamos iban a ser de grandes volúmenes, esto no fue así y, fue aumentando a la misma tasa que en la primera etapa, pero lentamente. Fue en ese minuto, aproximadamente en Abril de 2013, cuando tuvimos que tomar decisiones ya que el flujo de caja se acababa.

El modelo de negocio tenía dos partes, uno el tracking de elementos de marketing gráfico y medición de impacto medioambiental por un lado y, el de reciclaje de telas de letreros publicitarios para transformarlo en material de la construcción, que daba hasta ese minuto el flujo de ingresos, pero tenía costos fijos altos para esa etapa de la empresa.

Iniciamos dos caminos. El primero iniciar la comercialización del proceso el tracking de elementos de marketing gráfico y medición de impacto medioambiental y que ese fuera el core de Marketgreen, y por otro lado, separamos el reciclaje de Telas PVC y que este tuviera otro foco de clientes, más atomizados pero que pagaban más por el producto.

Cambiamos los canales de venta de este último, el que pasó de ser B2B con grandes constructoras y empresas a ser B2C con canales de venta como De remate, una nueva página web y, un completo giro del cliente objetivo. Fueron muchos meses de incertidumbre, donde algunas semanas el negocio iba excelente, y otros todo lo contrario. Sin embargo, el servicio puro de Marketgreen empezó a tomar forma y tuvimos lo primeros clientes que compraron el servicio, ya que vieron la importancia de medir y luego disminuir el impacto de sus campañas de marketing. Es decir, un modelo de negocios era el reciclaje de telas de PVC (www.telapvc.cl) y el otro era el Marketing Grafico Sustentable (www.marketgreen.cl). Eran dos negocios distintos. Esto permitió definir claramente el modelo de negocios de Marketgreen, el que no solo estaba siendo probado, sino que tenía estabilidad y proyección internacional.

De esa forma, postulamos al Green Startup 2013, organizado por UDD Ventures y Fundación Chile. Fuimos uno de los 4 ganadores de entre cientos de proyectos que se presentaron. Eso nos dio acceso a un subsidio SSAF de más de CLP 60.000.000. Hoy ambas empresas están funcionando y con ventas que permiten estabilidad.

Sin lugar a dudas aunque uno crea que su emprendimiento va a ser distinto y no va a tener que pasar por el valle de la muerte, está equivocado y, ahí es cuando la soberbia es el peor enemigo. Humildad, perseverancia, honestidad siempre y rodearse de los mejores son el mejor consejo.

FINANCIAMIENTO

FERNANDA VICENTE



"EL FRACASO ES PARTE DEL ÉXITO"

Periodista de la Universidad Diego Portales, Licenciada en Estética y especialista en Marketing Communication and Tech Products and Services, de la University of California, Irvine. Fernanda es directora y fundadora de varias iniciativas, dentro de las que destacan Inittia, empresa enfocada a llevar la innovación latinoamericana al mercado y el Fondo Inittia, el primer Fondo de Inversión en Impacto; 101 Monkeys, plataforma de Crowdfunding para proyectos sociales e ID4 para dar solución de Branding Estratégico, Identidad, Comunicación y Modelo de Negocios a Emprendimientos de Alto Impacto.

Ex Miembro del directorio de la Asociación de Emprendedores de Chile Asech y Presidenta de Mujeres del Pacífico.

Los problemas son pan de cada día en emprendimiento, al partir uno tiene que enfrentarse con realidades como financiar tu idea, pasar todas las trabas burocráticas para formalizarse, encontrar los proveedores adecuados y pensar en generar una relación con ellos a largo plazo, generar las primeras ventas, ser capaz de adaptarse e iterar el producto o servicio de la mano de los clientes o cambiar radicalmente el modelo de negocio.

Algo difícil es saber determinar cuando hay que soltar ese sueño al que estamos aferrados para no ahogarnos con él. Creo con seguridad que en el 100 de los casos de éxito, ganaron con algo que era muy distinto a su idea original.

Otro gran problema es crecer en manera orgánica y sustentable, saber cuando endeudarse para crecer, aprender a contratar al equipo indicado, saber manejar a tu recurso humano y alinearlo con los objetivos de tu empresa y nunca dejar del lado las ventas que es lo que nos da el oxígeno para seguir trabajando. No caer nunca en el mal de transformarse en emprendedores profesionales, esos que pasan de concurso de emprendimiento en concurso, pretendiendo vivir del fondo público o de la plata de inversionistas. Los recursos llegan solos cuando tienes una empresa sólida que tiene tracción y ventas. Apunten los cañones al mercado y no a generar grandes pitchs para levantar fondos.

Partí hace 15 años con la representación de una marca norteamericana, después cree Dealart, una oficina de venta de arte a domicilio, porque sentía que tener una franquicia no me aportaba nada más que ingresos, no tenía la posibilidad de crear. Después de vender mis partes de esas empresas tuve la oportunidad de vivir en Australia y ver la cosa desde afuera y al volver me empleé lo que fue un gran aporte en mi carrera porque me dio la oportunidad de conocer el mundo corporativo por dentro y aprender mucho de lo bueno y lo malo de ese mundo.

Salí de ahí para generar mi propia empresa de contenidos y fue una tremenda experiencia de aprendizaje desde trabajar con varios socios, desarrollo de área comercial, generar innovación en mercados muy poco innovadores y como enfrentar empresas en momentos de crisis económicas nacionales e internacionales. Luego, comencé otra empresa en plena crisis y fue muy bueno porque después de eso no quedaba nada más que crecer y así fue. Recomiendo mucho partir empresas en épocas de crisis, de a poco preparase para cuando venga el repunte y ya estar armado para aprovechar al máximo el boom.

En la bonanza uno puede darse más lujos y ahí vendimos y también pude tener el tiempo para generar emprendimiento que buscan el impacto social a gran escala. Ese es un gusto que siento puedo darme hoy, darle más tiempo para que maduren y que sin duda tendrán un alto rendimiento económico en el mediano y largo plazo.

Siempre he aplicado la alternativa de recursos propios o las 3 F, Family, Friends or Fools. Soy mala para el fondo público, creo que adormecen y da una falsa sensación de estar bien, nos quita sentido de urgencia. Además, uno termina trabajando para rendir al fondo público y no para generar un negocio sólido.

En cuanto al financiamiento con capital de riesgo, si bien es una buena alternativa, sobre todo por el concepto de smart money, hay un tremendo desconocimiento y se cree que es como la Polar, llegar y llevar lo que es absolutamente falso. No cualquier tipo de emprendimiento puede conseguir financiamiento por esta vía, de hecho son los menos. Para la mayoría, la mejor forma de financiarse es vendiendo y después con deuda. Hay que saber manejar la deuda, pero si uno es ordenado, tiene un negocio con potencial y el equipo correcto, es una buena alternativa. También una buena alternativa es sumar algún socio capitalista para la etapa de crecimiento.

En mi caso ha sido recursos propios, ventas, deuda y socios. No soy fan de pasarte el día pitcheando, dedícate a hacer un buen negocio que los fondos te vendrán a buscar. Tampoco promuevo el fondo público porque te anestesia, las 3 F son una gran opción y el crowdfunding me parece una gran alternativa.

Los comienzos, para mi gusto, son una de las etapas más entretenidas, muy creativas, con todo por hacer y con cero recursos. Las primeras ventas se disfrutan al máximo, con botella de champagne. En mi caso todo parte por encontrar a los socios adecuados, siempre tengo socios porque uno no puede crear una empresa global solo. De ahí vienen las miles de reuniones para darle forma al negocio y es aquí donde cuesta saltar a la etapa de ventas. He tenido muchas experiencias distintas y las mejores son las que a partir de un requerimiento de un cliente creamos una empresa. O sea partimos al revés, tenemos un cliente que está dispuesto a pagar por una solución que puedo darle, armo una propuesta y si funciona, creo la empresa, la formalización la dejo para el último.

Las experiencias más frustrantes han sido cuando hemos desarrollado productos muy innovadores y al salir a venderlo nos encontramos que al mercado no le hace sentido.

El fracaso es parte del éxito. No hay éxito sin fracaso, para mí caerse es parte del camino. Lloro, pataleo y sigo no más, no hay opción a quedarse tirado en el camino. Además, siempre de lo malo sale algo interesante.

PRODUCTO

ALEJANDRO MACKAY



"LA DURA PERO VALIOSA EXPERIENCIA DE EMPRENDER EN HARDWARE"

Alejandro Mackay, Economista y MBA en Finanzas de la Universidad Gabriela Mistral con pasantía en el MIT es Co Fundador de GoodLock SpA, empresa que desarrolla un dispositivo para el automóvil que hace que este no encienda mientras no ejecutes tres acciones en un orden establecido por el dueño.

La idea nace el año 2008 con el robo de un auto que sufrimos en mi familia, desde ahí quedó en espera hasta el 2011, cuando nos ganamos el capital semilla de Corfo para desarrollar los primeros prototipos y validar la idea a nivel conceptual. Sin embargo, GoodLock comenzó siendo un producto no comercializable, el vehículo era vulnerable porque estaba construido para proteger nuestro auto, no el de cualquiera. Además no había una manera amigable de entregarlo a un taller, era muy grande y su diseño era poco atractivo para los ojos del consumidor.

Realizamos 7 prototipos, cada uno funcionaba bajo ciertos parámetros y el último lo comercializamos, de hecho ha mostrado ser compatible en casi todos los vehículos, lo que nos está dejando contentísimos, el primero era el doble de tamaño que el actual y era simplemente horrible. El último es elegante y sumamente robusto.

La prueba de viabilidad la hicimos en el "Salón del Automóvil 2012" siendo un rotundo éxito ante el público, de hecho obtuvimos feedback de más de 600 personas interesadas, sin embargo existía una barrera de ingreso que no conocíamos, la garantía de los vehículos se alteraba si le cambiabas algo sin que fuera un dispositivo autorizado. Por lo que nos redirigimos para en el mediano plazo llegar al B2B validándonos en B2C primero.

Por ende, el principal problema es la barrera de los concesionarios, aquí en Chile no tenemos industria ensambladora, diseñadora ni fabricante de vehículos, por ende nadie toma riesgos de ningún tipo porque sólo se comercializan cosas en este rubro. Solo gracias a una inesperada visita de ProChile a ASECH se nos dio la visibilidad que necesitábamos y así nos invitaron a Colombia, donde nos consiguieron una reunión con uno de los ensambladores de vehículos mas importantes de la industria, quien nos recibió en su fábrica y planeamos presentarlo como accesorio para su implementación masiva.

Creemos a ojos cerrados que jamás se robarán un auto que tenga Goodlock porque las combinaciones son decenas de miles, potencialmente más del doble del pin redbank y además es invisible, solo tú sabes qué debes accionar y en qué orden. Ya nos han agradecido varios de los "early adopters" que lo han implementado en su vehículo e incluso nos han enviado fotos mostrando que a pesar de haber roto parte de la carrocería para hacerlo andar, Goodlock cumple con su promesa.

El desarrollo de hardware es un tema muy delicado, sobre todo si la unidad que vas a complementar viene fabricado desde otro país, existen diversos aspectos que no tienes como conocer cuando emprendes en esta área. Sin embargo, el aprendizaje nos ha dejado mucho y hoy manejamos varios otros proyectos en el área tecnológica.

En ésta área de emprendimiento, el mejor consejo es buscar un socio con experiencia en proyectos de hardware que te ayude a validar y tenga los contactos para potenciarte. Si tienes que salir de Chile para encontrarlo, hazlo y, de hecho es uno de nuestros objetivos para el 2015 que se viene con muchos desafíos.

PRODUCTO

CAROLINA DE LA MAZA



"EN EQUIPO Y CON CONVICCIÓN SE PUEDEN LOGRAR HASTA COSAS QUE PENSABAS ERAN IMPOSIBLES"

Ingeniera Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Emprendedora, cofunder de Let´s Fand y Let´s Jock, proyectos patrocinados por Corfo y StarUp Chile, enfocados en apoyar a los deportistas a recaudar financiamiento. Cofunder Masport, productora deportiva. Actualmente es project manager en Co-work y profesora de emprendimiento de la PUC. Cuenta con más de 5 años de experiencia profesional, específicamente en áreas de emprendimiento y marketing deportivo. Amante de los deportes, en especial del trail running y bicicleta.

Comencé a emprender a fines del año 2013, cuando nos encontramos con el problema que enfrentan hasta hoy en día los deportistas. Les es muy difícil la recaudación de financiamiento, por lo que necesitan destinar mucho tiempo y recursos en la búsqueda de este para poder desarrollarse profesionalmente y potenciar su talento. Por eso, se nos ocurrió la idea de crear una plataforma web en donde los deportistas puedan conectarse con auspiciadores, entrenadores, otros deportistas y personas amantes del deporte con el fin de hacer más eficiente y efectivo el proceso de búsqueda de oportunidades.

Una vez lanzada esta red social del deporte, llamada Let's Jock, nos dimos cuenta de la necesidad concreta de contar con alguna herramienta que permita recaudar financiamiento directamente, es así, como nace Let´s Fand, el crowdfunding del deporte (www.letsfand.com).

En la primera etapa el producto estaba enfocado netamente en ser una red social, pero a medida que fuimos conociendo más el mercado y las necesidades latentes de nuestros consumidores nos dimos cuenta que había una necesidad concreta que es el poder recaudar financiamiento en forma rápida, fácil, segura y, así formalizar este proceso. Para esto se nos ocurrió que mediante la herramienta del crowdfunding, mundialmente conocida como financiamiento colectivo, podíamos satisfacer esta necesidad y así conectar a los deportistas con la comunidad, haciéndolos participe de sus proyectos y generar un lazo emocional entre ellos.

Es muy importante poder realizar prototipos antes de lanzar el producto final al mercado para testearlo e ir validando las hipótesis que uno asume. Muchas veces al testearlo uno se da cuenta que hay algunos supuestos claves que no son como realmente uno pensaba por lo que hay que "pivotear" y cambiar algo de nuestro prototipo inicial para luego salir nuevamente a la calle y testearlo hasta validarlo. Nuestra propuesta de valor actual es netamente un resultado de haber escuchado al cliente y entendido sus necesidades en el camino.

Cuando uno está en la etapa de la idea del negocio es muy distinto a cuando ya te lanzaste a los leones y estás operando en el día a día. Te enfrentas con muchos temas que en general alguna vez los estudiaste y viste la teoría, pero aplicarlos, implementarlos y llevarlos a la práctica es muy distinto. Nos ha tocado encontrarnos con temas de iniciación de empresas, operativos, estructurales, contables, legales, de relaciones con personas que en un principio puede que te asusten, pero si uno no pierde la perseverancia, pasión, trabajo en equipo y convicción se pueden lograr hasta cosas que pensabas que eran imposibles.

El mejor consejo que me han dado es escuchar al cliente antes de actuar. Es muy importante estar constantemente escuchando al cliente ya que muchas veces uno puede tender a enfocarse en el producto e invertir en su desarrollo sin antes validarlo o entender si realmente el cliente está dispuesto a pagar por este o si satisface sus necesidades. Además, el emprendimiento es un camino en donde uno parte con alguna idea la cual muchas veces termina en otra cosa, lo cual es resultado de ir escuchando al cliente y entendiendo el mercado. Para esto es muy importante ser perseverante, nunca perder la pasión y ser muy hinchador con todos los actores relacionados a tu negocio.

PRODUCTO

CRISTÓBAL LLUGANY



"FINGE HASTA QUE LO HAGAS"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica con especialización en marketing digital y estrategia de negocios en la red. Trabajó en el mundo corporativo por un año, para luego tomar un tiempo sabático y dar inicio a SaferTaxi, empresa de taxis a pedido vía geolocalización, dedicando gran parte de su tiempo en la actualidad. A sus 29 años se declara amante del fútbol, la tecnología y la innovación.

Safer Taxi Comienza en Julio del 2011, en las oficinas de StartUp Chile en calle Moneda, obviamente sin ningún taxi inscrito y preocupado de la parte legal, abrir cuenta en los bancos, constitución de la sociedad y todo tipo de papeleo necesario para comenzar un negocio. Al mismo tiempo ya se desarrollaban las primeras pantallas de la aplicación y se comenzaba a dar forma al producto. En esos momentos todo marchaba tranquilo; estábamos bien instalados, no había mucha presión de competidores y todo dependía de nosotros.

Luego, comienza la etapa de la verdad, llegan nuevos competidores, todos quieren ser los first movers del mercado y empieza una guerra basada en la tecnología, capacidad logística y obviamente plata. En esta etapa entra la relación con los taxistas básicos de Chile, ingrediente fundamental del negocio, donde no existía formula ni textos que predijeran el comportamiento de estos. Fue una etapa dura pero muy entretenida y desafiante, estábamos metiendo al mercado un producto que ni usuarios ni conductores conocían, era un cambio no solo de forma sino que de cultura respecto al transporte público.

Luego viene un hito en Chile que disparó al producto, la ley de tolerancia 0 al alcohol. Esta fue bien clara en el sentido de que ya no se puede tomar si se va a manejar, el problema es que no quedaron claras las alternativas que tenía la gente que quería salir a comer, bailar, conversar, etc. acompañado de un trago, que no son pocos en Chile.

El Metro cierra temprano, el Transantiago, no pasa mucho de noche, los radiotaxis no dan abasto o simplemente no contestan, el taxi básico no era conocido por lo rápido, cómodo, seguro, de echo en muchas partes tampoco era posible ubicarlos. Por lo anterior, SaferTaxi es muy bien recibido por el país completo, el Gobierno a través de la CONASET lo presenta como una gran alternativa al transporte nocturno.

Los ciudadanos descubren que sí es posible movilizarse de forma eficiente sin pagar de más, los taxistas básicos descubren un nuevo mundo de pasajeros y los expertos en urbanismo y progreso alaban el sistema por su eficiencia en descongestionar, descontaminar y maximizar el tiempo de las personas en la ciudad.

Todo esto sumado al momento que vivía Chile respecto a la penetración de smartphones, tendencias tecnológicas y que agarraba fuerza el concepto de Smart City, para mi gusto fueron los ingredientes claves para echar a andar un producto que si bien no es de vida o muerte, es indispensable en una ciudad inteligente.

Así comenzó la historia de SaferTaxi, un boom por la noche, como solución a un problema específico. Entró a la mente de las personas que luego dijeron; Bueno, y ¿por qué no ocuparlo también de día? lo cual es la idea original del producto, ocuparlo siempre, ya que en si es una mejora a la eficiencia del sistema de transporte completo, la tecnología le da un golpe a la industria del taxi, no solo cambiándola, si no que cambiándola por una mejor, más eficiente, más limpia, segura y más barata. Lo anterior da espacio para que ganen todos, pasajeros, taxistas, empresas como la nuestra, etc. Menos los radiotaxis, que se basan en un sistema de demanda y logística claramente menos eficiente que el de la geolocalización, por lo que tendieron a ser reemplazados alrededor del mundo.

Partimos de 0 taxis obviamente, luego pasamos a un piloto de 30 en Rotonda Atenas, donde para que tuvieran demanda y no se aburrieran de la aplicación teníamos pasajeros de incógnito, a quienes les pasábamos X pesos diarios para que estuvieran recorriendo ciertas zonas durante el día y la noche.

A medida que expandíamos la flota de taxistas soltábamos la aplicación a más pasajeros y así tratábamos de mantener la proporción, clave del negocio y por lejos lo más difícil, hasta que la cosa explotara. Una famosa frase del mundo del emprendimiento que describe muy bien nuestra forma de partir es Fake it until you make it, que traducido sería Finge hasta que lo hagas. Tal cual, hicimos evolucionar un mundo ficticio hasta que se convirtió en real. Luego evolucionó por su propio peso, el boca a boca de los usuarios generaba descargas y según mapas de calor, donde salían los pedidos, intentábamos agregar taxis en las zonas más calientes.

Respecto a si era parecido a como me imaginaba en un comienzo, sí. Tal vez no tan rápido ni en la escala que se dio pero la idea siempre estuvo clara y la visión era la misma, la verdad ya lo había visto en otros países y sabía que si lográbamos empezar luego se daba prácticamente solo ya que el producto tenía mucho sentido para todos.

De todas formas aún estamos muy lejos de lograr lo que me imagine en un comienzo, mi visión siempre ha sido el transporte público completo funcionando en base a geolocalización, es decir, todos los taxis, micros, Metro, TODO. Tal vez no sea SaferTaxi quien lo logre en el área de los taxis, pero creo firmemente que algún día la totalidad de la flota de taxis en Santiago, en este momento 26.000, estará conectada con alguna empresa como la nuestra.

El mejor consejo es uno que me dio Peter Gabriel, Dont give up, o no te rindas. Eso sí, cuidado a quien se lo dan, mira que probablemente fue el mismo que le dieron a Justin Bieber...

PRODUCTO

DANIEL BUDNICK



"EL ALTO RIESGO DE INNOVAR"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Emprendedor en la industria de la nanotecnología, Gerente General y socio fundador de Nanogroup, empresa detrás del Safe Touch Project, proyecto que busca disminuir el contagio de enfermedades propagadas mediante el tacto.

Algunos de mis socios comenzaron a investigar sobre este proyecto hace 5 años, sin embargo comenzamos a realizarlo el 2013. Comenzamos con la idea de importar sellantes nanotecnológicos desde una empresa alemana y distribuirlos con el enfoque de facilitar la limpieza de todo tipo de superficies.

A medida de que fuimos haciendo nuestras primeras pruebas, nos dimos cuenta que los estándares de limpieza locales no permitían un correcto desempeño de nuestros sellantes, por lo que debimos adoptar otra estrategia.

Nos enfocamos en inventar un nuevo producto, usando la tecnología de nuestro aliado alemán. Desarrollamos un pequeño sticker antimicrobiano que disminuye la carga bacteriana en la superficie de objetos por más de un año. De esta forma, logramos crear un producto que disminuye el contagio de enfermedades simples como los resfríos en la vida cotidiana de los usuarios.

Actualmente estamos desarrollando una campaña global para lanzar el producto fuera de Chile, el de hoy, no tiene nada que ver con los planes originales que teníamos. Inicialmente la idea fue distribuir sellantes nanotecnológicos para facilitar la limpieza de superficies y si bien continuamos en ese negocio para algunas industrias, estamos lanzando The Safe Touch Project, un sticker que ayuda a que la gente no se contagie enfermedades.

Creamos nuestro producto actual gracias a la comprensión obtenida en las primeras aplicaciones nanotecnológicas que realizamos, un nuevo producto absolutamente original. No me imagino que hubiésemos podido llegar a esta nueva idea si no hubiésemos recorrido el camino que hicimos, independiente del costo y desgaste que implicó.

Creo que no consideramos ciertos parámetros desde el comienzo. Es por esto que nos encontramos en determinado momento con clientes que no tenían los procesos necesarios para valorar la incorporación de nuestros sellos nanotecnológicos.

Esto lo enfrentamos enfocándonos en las áreas en donde sí eran evidentes los beneficios que entregábamos, lo que también nos permitió enfocarnos en nuevos segmentos. Sin embargo, como estamos en una industria nueva con productos nuevos, todavía nos mantenemos en una fase de evolución.

Nuestro prototipo fue un sticker transparente aplicado con un bactericida adherido a este en una escala molecular. Actualmente tengo pegado el prototipo a mi computador y está funcionando perfectamente manteniéndolo libre de gérmenes.

Es una gran satisfacción ver realizada una idea, en especial si es algo completamente original que nunca antes fue realizado. Creo que la satisfacción está relacionada al riesgo que se corre al embarcarse en la concreción de una idea nueva.

El principal problema con que nos encontramos y continuamos enfrentando hasta estos momentos, es el alto riesgo que conlleva la creación de algo nuevo. Al ser algo desconocido para los consumidores, se debe superar la barrera a que efectivamente prueben el producto. En este caso, la necesidad es clara: evitar el contagio de enfermedades transmitidas por contacto. El desafío es lograr que el consumidor vea en tu producto nuevo una forma de satisfacer esa necesidad.

Toma riesgos, no se puede emprender viviendo enfocado en evitar el fracaso. Emprender implica arriesgarse a pesar de las posibilidades de fracasar.

PRODUCTO

GINO BUSTAMANTE



“LA PERFECCIÓN ES ENEMIGA DE LO BUENO”

Master in Business and Administration de la Universidad Técnica Federico Santa María y Master en Economía de la Universitat Politècnica de Catalunya.
Fundó dos empresas fallidas Idontek y Angel Spa, Centro de Wellnes y Holístico que debió cerrar por crisis y no viabilización económica. Hoy se desempeña como fundador y Ceo de ICARUS-CL, aceleradora de emprendimientos en etapa de desarrollo. Además es Socio-Fundador & Gerente de Negocios de FrontEnd Studios Chile, empresa de oferta de servicios y productos especializados.

Mi primer emprendimiento fue orientado a servicio más que producto, pero derivado de un proceso de diversificación organizacional y de negocios, he ido creando a lo largo de los últimos dos años una serie de productos comerciales. El producto va evolucionando y eso es muy relevante ya que lo primero que debes hacer es ordenar esa evolución con un instrumento llamado RoadMap o carta de navegación, lo cual no es más que el camino concreto con tiempos e indicaciones de cómo se ira concretando el diseño y como las funcionalidades serán liberadas hacia el cliente final. Eso no es problema lo complicado es lo flexible o la no existencia del RoadMap, ya que sin esta carta de navegación es imposible llegar a buen puerto.

Otro punto importante es que dicho camino este alineado con las expectativas del mercado, tus clientes, más que con tus intereses personales, si tus intereses personales interfieren en el "RoadMap" del producto estás frito, ya que no estas escuchando el mercado y lo más probable es que no estés agregando valor a tu producto. Además, cuando ponemos nuestra visión personal por sobre el mercado, aplicamos el factor de la búsqueda de la perfección que normalmente dificulta la salida en los tiempos esperados, la definición de la perfección es enemiga de lo bueno, llega como anillo al dedo, lo más critico de entorpecer el camino con esto es que estamos afectando el "TimeToMarket" de nuestro producto o funcionalidad particular a liberar, mi consejo es: Sal rápido a vivo y deja que el mercado evalúe, luego mejora desde esa línea base.

Lo peor que puede pasar es enamorarse del producto y no escuchar a los clientes, afortunadamente para mí, tengo la batalla constante con monetizar rápido mi producto o servicio, por ende no puedo caer en zona de confort y procastinación que impiden mi salida rápida al Mercado. Soy partidario de salir cometiendo errores, no fatales y mejorar. Apoyo y creo en el mejoramiento continuo, pero por sobre todo debo mantener la salud económica y la viabilización de los productos que diseño y construyo.

Durante mi carrera he realizado muchos prototipos, creo que esta técnica es bastante eficiente y cada vez que diseño un producto o servicio tengo la intencionalidad de pasar por una etapa de "prototipaje" que me permita evaluar la factibilidad técnica y comercial de la solución a implementar. Si el resultado es negativo en esta etapa simplemente no se continúa y el costo siempre es menor que salir con un producto o servicio que no es valorado por el mercado, ya que es fracaso seguro y caro en términos económicos. Cuando eres emprendedor no le temes al fracaso sino más bien a que te impacte de una manera tan fuerte que no te permita fracasar mil veces más.

Bajo mi perspectiva prefiero fallar 1000 veces pero siempre rápido para mitigar riesgos, no es dilema equivocarse porque estoy seguro que la instancia 1001 será exitosa y así sucesivamente.

Los mayores inconvenientes siempre han sido de índole financieros, es sabido que al diseñar un producto debería autofinanciarse de manera automática pero siempre es complicado la generación de demanda y oportunidades, esto es y ha sido más bien derivado de un problema cultural ya que increíblemente en Chile, no se cree en los emprendedores y productos, salvo que ya tengas prensa o clientes reconocidos, lo cual dificulta la salida y la autogestión pero es una batalla constante en todos los ámbitos y algún día lo ganaras, luego de ello ya comienza el camino de rosas, pero se debe tener paciencia y perseverancia para lograrlo.

No creo en Guru's, por ende, no ando captando consejos ya que cada situación es particular, han sido las experiencias lo que más he obtenido desde mi emprendimiento, algunas de ellas son:

1.Emprender, ha incrementado mi tolerancia a la frustración.

2.Emprender, me ha hecho entender que, cuando las cosas vienen mal, pueden venir peor.

3.Emprender, también ha limitado mi capacidad de ayudar y detectar a quien realmente merece que lo ayudes y quien no.

PRODUCTO

IGNACIO CANALS



"LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LA RETENCIÓN DE TALENTOS"

Ingeniero de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se autodefine como emprendedor, geek, y amante de la vid al aire libre. Fundador de Lemontech, empresa especialista en desarrollo de proyectos informáticos basados en la web.

Lemontech nació en el año 2003, con cuatro compañeros de Ingeniería, sin experiencia en negocios pero muchas ganas de emprender. Al igual que muchos éramos una empresa de desarrollo vendiendo nuestras horas.

El 2007, poco después de egresar, tras una crisis del equipo nos separamos los socios originales, se refundó Lemontech y nos dedicamos a construir nuestros propios productos. Algunos años después, nos habíamos transformado en el principal proveedor de Software en la industria legal en América Latina, ya que teníamos una comunidad de varios miles de usuarios que pagaban mensualmente por ocupar nuestros servicios y participábamos de otros productos líderes regionales en la industria de la salud. Empleamos a más de 40 personas y crecemos sobre 50% anual venta de productos.

El camino entre medio no fue fácil y estuvo lleno de lecciones. Cuando partimos, éramos cuatro buenos amigos excitados con la experiencia de emprender. No teníamos una meta concreta más allá de sacar una empresa adelante.

Si bien la experiencia partió de la mejor manera, llegó un momento en que aparecieron roces entre los socios. No eran problemas de la capacidad del equipo, de hecho hoy en día les va muy bien a todos, sino más bien de la forma de trabajar, del estilo de cada uno, de las proyecciones, ambiciones, etc.

La amistad y la motivación que nos habían unido al principio, parecían no ser suficientes en esta etapa y tal cual una relación amorosa, se gatilló una crisis que terminó con la disolución del equipo original.

Mirando en perspectiva saco tres lecciones de lo que nos pasó a nosotros. La primera es entender que ser socio, como toda relación humana, está sujeta a clímax y a crisis. Existen momentos increíbles, pero con el tiempo todos cambiamos, nuestras prioridades evolucionan y, si no se da de manera alineada con los otros, pueden desembocar en desencuentros.

La segunda es la inexperiencia. De chico veía las situaciones en negro o en blanco. El tiempo te enseña a ver los grises que viven entre medio, en esa etapa, decidí que las únicas posibilidades eran comprar o vender. Hoy día creo que vería muchas otras salidas.

La tercera y más importante es que la elección de los socios, es probable que sea una de las variables más importantes en determinar el éxito del emprendimiento. Los socios no son amigos, familiares, ni personas que puedes contratar. Los socios deben de ser personas que aporten alguna virtud o algún rol que sientas es determinante para el éxito. Tienen que ser personas que admiras y tienes que entender muy bien por qué las quieres a tu lado. Así el día que exista alguna crisis, siempre podrás volver atrás y recordar exactamente por qué lo elegiste tu compañero de ruta.

Como dije inicialmente Lemontech partió como una empresa de desarrollo de software. Cuando estás en el negocio de vender horas, la base, aunque suene duro, consiste en comprar horas baratas y venderlas lo más caras que puedas. Esto genera incentivos perversos a tal punto que a veces puede ser más rentable contratar a alguien mediocre que a una súper estrella. Así en nuestra etapa inicial, si bien teníamos personas muy buenas en el equipo, contratábamos a algunos no tan buenos para apoyar con la pega sucia.

A la larga, nos dimos cuenta que los mejores de cada equipo terminaban saturados arreglando cosas que otro más mediocres habían dejado mal resueltas. Esto obviamente desmotivaba a los que llamábamos players A y cada vez se hacía más difícil retenerlos.

Un día, tomamos una decisión que fue probablemente de las más importantes en lograr el éxito de Lemontech, desde ese día en adelante sólo contrataríamos gente que encontrásemos excepcionalmente capaz. A los mejores les gusta compartir con los mejores y esa es quizás la mejor política de retención de talento que uno pueda tener. A quien no le gusta trabajar sólo con gente que admira y gente de la que tiene mucho que aprender.

Esta medida puede sonar obvia, pero la gran mayoría de las empresas no lo hace. Simplemente contratan a lo que está disponible en ese momento. Contratar a los mejores implica salir a buscarlos y ofrecerles algo que sea realmente atractivo. Y de nuevo, los mejores no están detrás del dinero, sino del ambiente desafiante donde más puedan crecer.

El software es de las pocas industrias en que un equipo de 5 personas de primera, pueden dar vueltas alrededor de otro equipo de 50. Adicional a eso implementamos varias medidas que la gente agradece, tal y como salir temprano los viernes, tarreos, concursos, dardos, etc. pero ninguna generó un efecto cercano a lo que fue juntar a los mejores con sus iguales.

PRODUCTO

GERMÁN RIMOLDI



"ESCUCHAR AL CLIENTE COMO PREMIZA"

Master Accounting de la Universidad de San Andrés (UDESA), con un BA, Bachelor in Business Administration en la Université de Montréal HEC Montréal. Fundador de Arriendas.cl, empresa de arriendo de autos entre particulares.

Comenzamos el año 2011, trabajando a resultados con un rent a car reconocido en Buenos Aires, ellos ponían los autos y nosotros generábamos la demanda para el arriendo horario. Arriendas.cl, fue una mejora posterior a ese formato, donde vimos que trabajar con autos de particulares nos permitía tener oferta en toda la ciudad, en lugar de una única oficina de un rent a car.

En cuanto a la progresión del producto, este ha ido evolucionando a medida que escuchamos a nuestros clientes, por ende hoy tenemos una opción a la tenencia del auto para la clase media y media baja.

Creo que la idea, de enamorarse del producto y no escuchar a los clientes, es algo que se repite mucho, pero resulta ser infundado, ya que la única forma de vender más mes a mes es escuchando al cliente. Nosotros escuchamos a los clientes cuando decidimos eliminar depósitos en garantía y pago con tarjetas de créditos. Si no los escuchábamos, quebrábamos.

Cuando se prueba una idea innovadora y esta funciona, se siente algo muy difícil de explicar. Es una realización, pero a su vez viene con miedos, porque uno no sabe cómo va a gestionar la nueva demanda. En el camino nos encontramos con muchas barreras, el mundo no está hecho para emprender, es difícil, pero es parte de la historia.

Arriendas es un sistema con muchas fricciones, el arrendatario llega tarde, el dueño se preocupa, hay que gestionar siniestros, asistencias en ruta, etc. Resolver esas fricciones con procesos es un desafío que intentamos a diario. No es fácil, pero nos gusta este camino.

Iniciar un negocio innovador en Chile, sin validación en el exterior dificulta conseguir capital en etapas tempranas. Los primeros meses, son de lo más complicados, dado que las ventas todavía son escasas y uno debe crecer sin inversión y sin comprometerse a pagar más de lo que ya se tiene.

Por ende, hay dos formas de crecer, la primera es recurrir a la creatividad, en nuestro caso fue la innovación de pago por transferencias y sin depósito en garantía que surgió en esa etapa y, la segunda que son las asociaciones con proveedores, donde por esos días, hicimos una asociación con Despegar.com para ofrecer nuestra flota en su sitio.

Por eso, uno de los mejores consejos sería que en lugar de dedicar el 100% del tiempo a buscar inversión, es más factible enfocarse en mejorar el negocio o buscar apoyo de terceros. Y como me recomendó el gran empresario de tecnología, Wenceslao Casares, y que me sirvió mucho durante esta etapa, “un emprendedor se mide por lo que hace cuando no tiene capital”.

PRODUCTO

PABLO ALBARRÁN



"LA SATISFACCIÓN MÁS ALLÁ DEL NEGOCIO"

Ingeniero Agrónomo de la Pontificia Universidad Católica. Socio fundador de Ecoterra Ltda. Producen y comercializan huevos de gallinas libres "free range" (a pastoreo) con trazabilidad en toda su cadena de producción. Asegurando su inocuidad y calidad. Enfocados en una producción natural, ética y de comercio justo.

La empresa nace a finales del año 2011, inicialmente con un negocio pequeño del cual me ocupaba junto a un trabajador agrícola, fueron un grupo de 1500 aves las cuales criamos y comenzamos a producir.

Cuando partimos el mercado no entendía nuestro concepto y teníamos que vender el huevo a precio de comoditie y, por ende, no había utilidad de ningún tipo, solo perdida. A medida fue pasando el tiempo, las tiendas gourmet y naturales comenzaron a creer en nosotros y junto a las ferias de especialidad comenzamos a penetrar el mercado.

Un año después del comienzo me atreví a duplicar el plantel y apuntar a un mayor segmento de mercado y justo cuando el segundo grupo de gallinas comenzó su postura de huevos, las panaderías Lo Saldes creyeron en nuestro proyecto y entramos a vender con ellos. Al mismo tiempo comenzamos a tener conversaciones con la cadena de supermercados de SMU (Unimarc) y seis meses más tarde, con algunos cambios en nuestros sistemas de calidad y trazabilidad, entramos a 3 salas del supermercado.

Luego de un año de trabajar con los supermercados y cerca de 35 tiendas de especialidad, nos llamaron del Hotel Ritz y nos convertimos en sus únicos proveedores de huevos, luego el Hyatt y varios restaurantes de moda como el Borago, Varanassi y el del Hotel Rugendas.

En ese mismo tiempo, decidimos duplicarnos nuevamente y llegamos a tener 9 mil aves en producción. Luego de llevar tres meses produciendo 6 mil huevos diarios apareció otra cadena de supermercados (Jumbo) y nos da la entrada a sus salas.

Hoy vendemos cerca de 250 mil huevos mensuales en 18 salas del Jumbo, 10 de Unimarc y en cerca de 70 otros puntos de venta donde los clientes nos ven como la única opción de consumo si de huevos se trata. En la empresa trabajamos 10 personas contratadas directamente y 8 indirectamente.

La verdad es que en estos cortos tres años la producción ha cambiado mucho, hemos transformado el packaging y formato para diferenciarnos de la competencia tradicional en varias ocasiones y hemos llegado a lugares que nunca habíamos esperado.

Yo estoy enamorado de mi producto y, más que eso, del proceso que cambia radicalmente los paradigmas establecidos de la manera de producir especialmente con los animales. Sin embargo, también hemos estado en constante contacto con nuestros consumidores, ya sea personalmente en ferias de especialidad, pero también por medio de las redes sociales y, esta comunicación nos ha permitido enfocar nuestro producto hacia el interés y gusto de nuestro segmento de mercado.

Este producto nació en una tesis de grado que realice con una compañera de la Universidad Católica para titularnos como Ingenieros Agrónomos y, en ese estudio entendimos la forma adecuada de producir y como comercializar el producto. Además, pudimos hacer un estudio de mercado y afirmar nuestra convicción de que el mercado estaba preparado para entender y valorar esta forma de producir.

Tuvimos varios problemas, especialmente de financiamiento. Este proyecto nació con un crédito del Banco con aval del estado, pero en los comienzos debido a que no vendíamos todo nuestro producto al precio esperado no se lograba alcanzar el punto de equilibrio. Ahí la vimos difícil, pero luego postulamos a Sercotec y nos ganamos un subsidio de 6 millones, lo que nos permitió seguir y finalmente la Fundación de la Innovación agraria nos aprobó un proyecto de 110 millones que nos permitirá expandirnos con el trabajo conjunto de pequeños productores agrícolas.

En cuanto a tecnología, en un comienzo hacíamos todo de manera manual y artesana, poco a poco hemos ido haciendo los proceso tanto productivos como de administración de manera automática y digital.

En el camino se van escuchando buenos y malos consejos, desde gente que cree que es la única manera de surgir hasta personas que no pueden entender que teniendo un título profesional que está bien valorado tú estés trabajando como contador y hasta despachador.

Sin duda, uno de los mejores consejos que me dieron, fue el de creer en mis convicciones y no buscar solo la retribución económica sino enamorarte y disfrutar de todo el proceso. Disfrutar el camino sin pensar en la meta, de esa manera el proceso de emprender se convierte en una aventura que aunque tenga un final exitoso o un fracaso rotundo trae consigo grandes enseñanzas y te permite ver la vida con otros ojos.

Mi experiencia como emprendedor y ahora como empresario ha sido espectacular. Han habido momentos muy malos, de gran frustración y cansancio, pero en cada pequeño paso que dábamos, mi equipo y yo, nos llenaba de optimismo y nos devolvía las fuerzas por seguir peleando por un proyecto que además de ser un negocio tiene una perspectiva social, ética y ambiental.

PRODUCTO

OSCAR MUÑÓZ



"AGRADEZCO EL DÍA QUE QUEDÉ POBRE"

Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile. Fundador y CEO de Green Glass, empresa que realiza objetos de vidrio de botellas recicladas. Participó en el Bayer Young Enviromental Envoy, viaje para emprendedores verdes, socialmente amigables con la ecología de todo el mundo. Nominado por CORFO como emprendedor del año 2013 y reconocido por la Revista El Sábado de El Mercurio como uno de los 100 jóvenes líderes del mismo año.

El año 2009 fue la primera vez que corté una botella a los 18 años. En la universidad tenía que hacer un emprendimiento en un ramo, le propuse a mi grupo que cortáramos botellas y ahí me echaron, dijeron que nadie las compraría y que no podría conseguir las botellas, el profesor me dijo "Oscar, has demostrado no ser emprendedor, ni proactivo, ni propones ideas" y, me echó del ramo. Por suerte otros compañeros me invitaron a ser parte de su grupo y partimos a buscar botellas, con ellos pasamos el ramo con la mejor nota.

En estos años el negocio es esencialmente el mismo, vasos de botellas, pero las cosas han mejorado mucho desde que partimos. Al principio el producto quedaba muy feo, mal terminado, no teníamos packaging y nos matábamos en producir unos cuantos vasos. Ahora la terminación es muy buena, más resistente y el proceso más rápido. Es un sueño que va saliendo adelante con mucho esfuerzo, a veces a pasos lentos pero cada año progresa y si miramos hacia atrás hemos avanzado harto.

Creo que es muy importante definir a quien vas a querer escuchar, así como elegir a tus clientes. No puedes ofrecer de todo para todos, o vas a terminar con un desastre. A los clientes es muy importante escucharlos, te hacen ver cosas que quizás no hayas visto y siempre es bueno ver que patrones se repiten en cuanto a las exigencias que tienen, arreglar esos detalles los hace muy felices. Y créeme que uno busca clientes felices, clientes fanáticos que compren más de una vez, que le cuenten al mundo sobre tu producto. Es muy reconfortante encontrarte o atender a esas personas.

Realizamos un prototipo y al finalizarlo me sentí como un semi Dios creador, ya que una de mis partes favoritas de emprender es crear. Para ser sincero, soy un asco dibujando y prototipando, lo cual es una pena, me encantaría tener dedos para el piano pero con suerte puedo transmitir la idea. Por eso, encontré un diseñador re bueno, Vicente Fagalde con el que juntos podemos pensar y plasmar las cosas en un software. Hoy en día las máquinas hacen magia ¡las impresoras 3d, las cnc y las cortadoras láser son los tremendos juguetes! Les recomiendo a todos meterse en este mundo.

Seguimos teniendo problemas de financiamiento y tecnología, la historia de Green Glass es de harto esfuerzo pero siempre va mejorando. Hoy en día andamos muy cortos de financiamiento, tenemos mucho potencial para mejorar calidad y procesos pero necesitamos invertir unos morlacos. Estamos postulando al capital semilla de Corfo y esperemos nos podamos ganar el próximo Startup Chile.

Siempre es un gran desafío el bajar los costos con tecnología, diseño u optimización de procesos. Cada vez que se logra avanzar en esto, la recompensa es infinita. En este punto puedo contar que uno recurre y ésta en una búsqueda constante de personas expertas o que se manejen con temas específicos, en nuestro caso, personas que saben de vidrio, de botellas, de máquina y de diseño. Me he juntado con gerentes de cristalerías y de empresas de insumos químicos, uno busca maestros por todos lados y, algo súper curioso, es que tienes que buscar muchas veces afuera los insumos, máquinas o repuestos.

Por otro lado, uno de los mayores desafíos siempre, es vender, vender, y vender. Aquí hay que probar de todo y darle harto a lo que funciona, si alguien se te cruza en la mira, apúntale de todos lados, teléfono, mail, visita, Facebook, Twitter y el bendito Linkedin.

Agradezco el día que me quedé pobre, ya que la vida me invitó a seguir un camino distinto en el que hay que inventar cosas cada día. Mi experiencia es extraña, no soy seco en nada, lo que me frustra un poco, sólo tengo ganas de aprender muchas cosas, todo me entretiene. Veo al emprendimiento como una forma de encontrar la libertad, sueño algún día con poder ayudar a las personas y al planeta o morir en el intento.

PRODUCTO

JAVIERA RIESCO



"LAS VENTAS VAN A SER LA MITAD DE LO PRONOSTICADO Y LOS COSTOS SERÁN EL DOBLE"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Fundadora de Take a Wok, restaurante de comida rica, sana y rápida. Estudio también Bussiness & Administration en University of California, Berkeley y Hospitality Managment Executive en Cornell University.

Mi emprendimiento comenzó el 2011, durante ese año ideamos el concepto, la marca, lo que queríamos lograr en el mercado gastronómico y en general todo lo relacionado con el plan de negocios

En estos años, nuestro producto sigue siendo el mismo, no hemos cambiado nada. Creo que el proceso de creación de marca y de producto fue bueno. Escuchar a los clientes es fundamental. Cada reclamo que recibimos, lo tomamos en cuenta y tratamos de mejorar. Muchos procedimientos y prácticas fueron adoptados a partir de opiniones y/o recomendaciones de nuestros clientes. Aprovechamos las redes sociales para estar más cercanos y así tener feedback inmediato.

Take a Wok es un restaurant, por lo que nuestro “prototipo” fue la prueba de recetas. Hicimos un montón de combinaciones hasta llegar al producto final. En el proceso no tuvimos muchos problemas, lo que no ayudó mucho fue ser mujeres jóvenes. La gente no te toma muy en cuenta, por lo que hay que sacar la voz.

El mejor consejo que me han dado es que “las ventas van a ser la mitad de lo pronosticado y los costos serán el doble”. Gran consejo. Cuando uno empieza a construir el flujo de caja, todo es incierto y la estimación de demanda es complicada. Por otro lado, hay muchos costos ocultos que hacen que la rentabilidad no sea la esperada. Es importante tener esto presente al momento de emprender.

En resumen ha sido una buena experiencia buena, llena de aprendizaje. No ha sido fácil, pero me siento orgullosa de lo logrado y contenta de lo aprendido. Es importante luchar por lo que uno cree, pero al mismo tiempo es importante estar abierto a los consejos y comentarios de quienes te rodean.

PRODUCTO

ROI AMSZYNOWSKI



"UNA INVITACIÓN A SALIR DE LA ZONA DE CONFORT"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente cursa un MBA en el MIT Sloan School of Management en Cambridge, EEUU, especializándose en innovación y emprendimiento. Socio Fundador de Senz Sushi & Nikkei, primera cadena de restaurantes Nikkei en Chile. A la fecha han inaugurado 2 locales en ubicaciones emblemáticas de Santiago y se encuentran ad portas de abrir un tercer local, con el que la empresa estima superar USD 5 millones en ventas al año.

En Agosto de 2011, todo nace como una idea lejana entre un grupo de amigos de 24 años con ganas de emprender, que poco a poco fue tomando forma hasta convertirse en un pequeño restaurante de comida Nikkei, fusión peruano-japonesa.

Los primeros meses fueron de mucho ensayo y error, ya que prácticamente no teníamos experiencia en el rubro y debimos lidiar con problemas que jamás previmos. Nuestra pasión y empuje por el negocio fueron los principales atributos que en mi opinión nos permitieron salir adelante.

Con el paso del tiempo, las cosas comenzaron a hacerse de manera profesional y logramos encantar a nuestros clientes para posicionarnos como uno de los mejores restaurantes en el barrio. El éxito e innovación del proyecto despertó la atención de Cencosud, quienes nos invitaron a participar en el principal centro comercial de Latino América, Costanera Center.

Los primeros meses fueron sumamente difíciles, entre otras cosas, pasamos de manejar un equipo de 30 personas a uno de 80, con un nivel de exigencia mayor impuesto tanto por nuestros clientes como por el centro comercial. Para afrontar el desafío generamos estructuras al interior de la empresa que nos permitieron seguir profesionalizando nuestro trabajo e imponernos metas más ambiciosas a futuro. Esto nos permitió operar el negocio adecuadamente y establecer una tasa de crecimiento anual superior al 30% por local, lo que re afirmo nuestra visión respecto al potencial negocio y nos impulsó a seguir creciendo.

Simultáneamente, nos percatamos que el éxito del negocio radica en una serie de factores que van más allá del producto en sí, lo que denominamos la “Experiencia Senz”. La experiencia consiste en una serie de elementos que acompañan al producto y lo hacen único, tales como el ambiente, servicio, música de fondo, identidad de marca, arquitectura del local, aromas, etc. Con el paso del tiempo fuimos definiendo en detalle nuestra experiencia, lo que nos permitió ofrecer un producto holístico a nuestros clientes que va más allá de solamente la comida.

Si bien el emprendedor es quien tiene la visión del negocio, es importante satisfacer una necesidad a gusto del cliente y para eso es importante lograr un equilibrio entre lo que como emprendedores queremos hacer y lo que realmente se quiere consumir.

La hoja de ruta de un emprendimiento no se encuentra exenta de problemas. En nuestro caso el financiamiento fue un tema importante ya que cada local requiere de una inversión relevante para ser habilitado. Otra dificultad fue nuestra propia inexperiencia en el rubro, lo que nos llevó a aprender gran parte del negocio mediante prueba y error, lo que sin duda hizo el camino más difícil y por supuesto, costoso.

Problemas siempre existirán, mi principal recomendación es aprender lo máximo posible de ellos y recordar que absolutamente todo en el mundo de los negocios tiene solución, lo importante es mantener la mente abierta y no desesperarse al salir de nuestra zona de confort, al contrario, es en estos momentos cuando más se aprende y más creativos podemos ser.

En pocas palabras, emprender no tiene precio. Las situaciones a las que uno se enfrenta y la variedad de labores que se deben realizar cuando uno navega en un start-up no tienen comparación con cualquier otro trabajo. Ha sido una experiencia fenomenal y desafiante, que constantemente te empuja a sacar lo mejor de ti e innovar con el fin de generar valor para todos los stakeholders del negocio. Recomiendo a todos aquellos que tengan la curiosidad o intención de emprender, que lo hagan, el aprendizaje que esto conlleva es único y no hay nada más satisfactorio que ver los frutos de nuestro propio esfuerzo en acción. Ahora es el momento, no lo dejen pasar!

PRODUCTO

SEBASTIÁN CONCHA



"EL EMPRENDIMIENTO ES UNA MONTAÑA RUSA"

Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile con un MBA en Cambridge, con una extensa carrera en alimentos y bebidas, innovación y estrategias internacionales. Fundador de Naïf, infusiones sin alcohol a base de flores es el primer producto del tipo en el país y con enorme potencial de crecimiento.

El proceso empezó en Febrero del 2013, cuando tomé la decisión de dejar mi posición de Director de América Latina de una empresa especialista en innovación de productos de consumo y desarrollar de manera personal un área que consideraba que muy pocos se hacían cargo.

Desde el principio tuve clarísimo el problema a resolver, que era falta de alternativas para adultos en el segmento analcohólico, pero no tenía la menor idea cuál era el producto ni cómo hacerlo. Viajé por Europa y EEUU aprovechando mis contactos que tenía en la industria, validando la existencia del segmento pero aun sin claridad de qué sería. No fue hasta mi vuelta a Chile que la idea de infusiones en base a flores surgió. Fue realmente un momento "eureca" donde logré conectar que en distintos rincones del mundo se hacían bebidas en base a flores, pero nadie aun había creado una marca y un concepto entorno a eso.

Naïf ha evolucionado enormemente desde las primeras mezclas. De hecho, los primeros experimentos fueron realizados en la cocina de mi casa. Mucho ha cambiado desde esos tiempos y hay mucha gente que agradecer por ello. He contado con la asesoría de dos expertos en química de bebidas desde Inglaterra, el Centro de Aromas de la Universidad Católica y Cervecera Guayacán, quienes son socios estratégicos de Naïf. En conjunto hemos desarrollado decenas de mezclas y experimentos hasta llegar a la que hoy creemos que es la fórmula ideal de nuestras bebidas.

En todo este tiempo nos hemos tomado muy en serio el feedback de quienes prueban los productos. Antes de lanzarlo al mercado realizamos un profundo estudio en conjunto con la universidad Católica y apoyado por Co-Work, para recaudar impresiones sobre sabor, ocasiones de consumo, precio, etc. En los meses que llevamos operando seguimos muy atentos a los que nos dicen tanto locales como consumidores finales, teniendo muy claro que Naïf debe seguir evolucionando a la medida que escuchemos a quienes se interesan en él.

El desarrollo del producto fue muy "mateo". Esto nos tomó tiempo y dinero, pero creemos firmemente que fue clave para una innovación como ésta. Desde los primeros prototipos en cocina hasta versiones finales sin duda existieron cambios mayúsculos, pero siempre hemos sido fieles a nuestro principio de crear productos naturales y cuidando los detalles, ya sea para los primeros lotes de pocas botellas hasta las producciones significativamente mayores que poseemos hoy.

El emprendimiento es sin duda una montaña Rusa. Es algo que realmente se va construyendo día a día y los escenarios que uno ve en un mes son completamente diferentes a los del mes siguiente. ¿Cómo hacer una planta de producción de bebidas de flores? ¿De Dónde conseguir cientos de kilos de pétalos de hibisco o de rosa? Estas son un par de preguntas que no se resuelven tan fácil como con una búsqueda en Google. Pero posiblemente el desafío mayor es encontrar la motivación interna para seguir adelante. Los presupuestos son claramente finitos y con cada mes que pasa antes de salir al mercado la carga se siente más fuerte. Colegas comprometidos y el apoyo de la familia han sido fundamentales en este proceso.

Podría decir que la empresa partió a la inversa que muchos productos. Nosotros teníamos claro al mercado que queríamos llegar, Naïf es el resultado de esa búsqueda. Lo más sorprendente ha sido el apoyo que hemos recibido en el proceso, proveedores jugados, grandes talentos y socios estratégicos. Hemos logrado en un cortísimo tiempo poner en mercado un producto altamente innovador sin ningún par dentro del país. La recepción ha sido muy positiva y rápidamente hemos multiplicado el número de locales que tiene dentro de su propuesta Naïf. Vemos muy esperanzados cómo este crecimiento continúa.

PRODUCTO

SEBASTIÁN O'RYAN



"EL ÉXITO DE TU NEGOCIO, NO SERÁ VENDER, SINO SABER COBRAR"

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, posee experiencia en finanzas corporativas, consultoría de innovación, administración y crecimientos de nuevos negocios. Es socio fundador de la productora de quesos El Origen. También Socio y Gerente General de Co-Work, la primera plataforma chilena de aceleración de negocios colaborativa y líder de la industria de espacios de trabajo compartidos, conocida mundialmente como Coworking.

Nuestra empresa de quesos El Origen, comenzó a gestarse el año 2010 cuando con mi socio vimos una noticia en el Diario El Mercurio que decía, Se Dispara Producción de Quesos. Los chinos cambiaron su comportamiento de consumo y ahora comen Cheese Burger y Pizza, lo que ha disparado el consumo de queso en el mundo.

Mire a mi socio y le dije, ¿por qué no hacemos una pequeña planta de producción? Ángel, tenía conocimiento del mercado del queso en Chile, así es que después de evaluar que no teníamos el dinero para hacer una fábrica de quesos, decidimos partir con un portal de venta online y, para no aumentar la oferta y el ticket de venta por cliente, agregamos huevos y productos congelados. Nuestro foco inicial fueron los clientes de casa.

Comenzamos vendiendo desde el primer día, repartíamos todos los días, de lunes a sábado en el Subarú Impresa del año de la cocoa de mi socio, compramos un cartel de taxi y le colocamos arriba un sticker de la empresa para que los carabineros no nos sacaran partes cuando nos estacionáramos mal. A ese pobre Impresa, no le sacamos el olor a queso jamás.

Ya casi tres años después, tenemos tres camionetas, dos vendedores, tres choferes, dos personas de finanzas, mi socio y yo, con muchas más ventas mensuales y pasamos de tener diez clientes a tener hoy en día más de mil.

Partimos enfocados a hogares, porque un queso en el supermercado puede llegar a salir 4 veces más caro. Pero qué pasó, el cliente hogar pedía en promedio 30 mil pesos una vez por mes con un margen de contribución entorno al 25%. Si bien la persona podía comprar 4 veces la cantidad por el mismo precio, no comía tanto queso en el mes y se le echaba a perder. El cliente HORECA, es decir, hotel restaurante y cafés, me pedían en promedio 150 mil por semana con margen de contribución entorno al 18%.

Luego, un camión podía hacer un máximo de 20 pedidos diarios, entonces como lo incentivos del equipo estaban alienados a las ventas, hoy terminamos vendiendo 98% a clientes negocios.

Por otro lado, pensábamos ser una plataforma ecommerce, por lo que demoramos meses de meses con la instalación y desarrollo de transbank pensando que sería la clave del éxito, que una vez que estuviera conectado las ventas se dispararían. Cuento corto, hoy el 99% de nuestras ventas es por teléfono.

En este caso lo más complejo de llevar la idea a la realidad, fue darnos a conocer y seleccionar la gente adecuada para formar parte del equipo. Cometimos muchísimos errores en estos dos tópicos y todavía seguimos aprendiendo.

Soy un fiel creyente, casi devoto, de que el emprendedor debe ser un ejecutor, tomador de decisiones, muchas veces en base a la intuición o evaluando los pocos elementos que tiene a mano, e ir modificando en base a los resultados. Es más, creo que el emprendedor ideador o pensador no existe, porque no es emprendedor, o al menos, está condenado al fracaso.

Ahora que la empresa ya está andando, creo que las cosas más importantes que no hubiera hecho son, primero, un portal de ventas online, transbank es un desastre y mis clientes prefieren que los llame, mandarme mail o llamarlos yo. No hubiese pedido deuda para desarrollar un call center, pues la inversión es enorme y requiere una experticia totalmente distinta a la que teníamos nosotros.

Hubiese tenido mucho más cuidado con clientes que pedían montos grandes con cheques, nos estafaron mucho. Ahora tenemos un sistema regulado, pero al principio pecamos de ingenuos, no hay que dejar de tener en mente el dicho “cuando algo es demasiado bueno para parecer verdad, probablemente no lo es”, no se dejen llevar por la calentura. Hubiese sido más cuidadoso la hora de contratar personal y nunca comprado autos de mala calidad. La verdad hay tantas cosas, pero de a poco se va aprendiendo

El mejor consejo que hemos recibido para la empresa es que el éxito de tu negocio, no será vender, sino saber cobrar, fueron las palabras de un muy respetado emprendedor de la industria del queso. Cuando estás en un mercado donde no estas innovando en el producto, es decir estas atendiendo una necesidad ya identificada del cliente, en mi caso las pizzerías necesitan queso, puede ser uno de mejor rendimiento, mejor calidad, pero igual es queso, tienes que buscar hacerte un espacio en el mercado y con poca habilidad de venta logras vender, pero lo difícil es cuando ya vendes harto y empiezan los incobrables.

Tener una idea y llevarla a cabo es un placer inigualable. Las ideas no sirven en la cabeza si no que deben llevarse a la realidad, aunque no resulten, pues las idea son como espíritus traviesos que si no los enfrentas te van a penar toda la vida.

…Y estoy seguro que algún día haremos nuestra fábrica de quesos.

VALLE DE LA MUERTE

TADASHI TAKAOKA CAQUEO



"ES MUY FÁCIL NUBLARSE EN EL CAMINO"

IIngeniero Civil Industrial y Magíster en Gestión de Operaciones de la Universidad de Chile. Sus áreas de especialización son innovación y emprendimiento. Su fuerte está en la estrategia de negocios, testeo rápido de modelos de negocios de innovación y total autonomía para obtener resultados de alto impacto con bajo uso de recursos.
Hoy se desempeña como Gerente General de Magical Startups.

Mi emprendimiento, Supermanket, comenzó el año 2012 y la idea del negocio fue siempre la misma, desde el principio, hasta el final. Un dating site que funcionaba como un supermercado, donde las mujeres eran las "clientas" y los hombres el "producto". En cuanto a la necesidad, esta nació de una versión de esta idea en Francia. Un portal llamado Adopte un mec, la traducción directa sería "Adopta un mino". Si bien era buena la idea, de que las mujeres fueran las que eligieran a los hombres, fue necesario adaptar la idea por temas de idiosincrasia chilena. Además, vimos estadísticas que daban luces de que el negocio hacía sentido, los dating sites habían crecido un 57% en el último año en USA, vendiendo US$1.040 Billones.

La idea general se fue transformando por temas particulares: Por ejemplo, sabíamos que en Chile estar en un sitio de citas es "mal visto" socialmente. Como si estar ahí determinara que no eres bueno socialmente. Así fue como entendimos que la propuesta debía ser más lúdica. Por eso, creamos el concepto de un supermercado con hombres como "productos", porque lo hacía más lúdico.

El modelo de negocios no lo pivoteamos la verdad, siempre fue un modelo de ingresos a través de "créditos" que te permitían hacer cosas especiales dentro de la página, como aparecer en una mejor posición o promocionarse como "producto".

Hicimos proyecciones para ver el tamaño del negocio y ver si valía la pena invertir tiempo en él. No hicimos un plan de negocios como se le conoce formalmente en la versión de libro, creo que es una pérdida de tiempo tomar decisiones al principio sobre qué dirección tomar al momento de internacionalizarse o incluso del tamaño del equipo, pues al partir una startup, no tienes certezas sobre el modelo de negocios.

El proyecto duró un año y medio, tuvimos una gran tracción, con más de 25.000 usuarios entre Chile, México, Colombia, Venezuela e incluso España y USA. Fue un acierto el tener un equipo de alta experiencia que hubiese pasado previamente por otros emprendimientos o gerencias de empresas. Donde sí fallamos fue que no tuvimos el coraje de hacer un modelo de ingresos que obligara a los usuarios a pagar si les gustaba el producto. El tema de créditos era opcional porque preferíamos privilegiar el crecimiento. No tiene ningún sentido hacer esto. Mejor tener 1.000 que paguen a 10.000 que no.

Mirando hacia atrás y pensando qué haría si tuviese que partir de nuevo, creo que no sacrificaría calidad y diseño por velocidad. No me malinterpreten, no se trata de que estemos un año esperando para lanzar el producto, pero sí que se defina lo mínimo necesario para que la experiencia del usuario sea memorable y trabajar muy duro en tener un producto con poco, pero de muy alta calidad. Creo también que antes a entregar productos gratis, cobraría ojalá desde el día 1 o al menos no dejaría pasar mucho tiempo antes de cobrar.

Esta experiencia fue clave, me ayudó a entender la innovación desde otro frente, desde la parte del emprendedor sin muchos recursos. Ya conocía la innovación en grandes compañías y esto me dio un cierre al círculo. Es primordial para cualquier persona que se quiera desarrollar en el frente estratégico/comercial el construir un producto y un modelo de negocios a través del emprendimiento, donde la única validación real es la compra del cliente.

Dejar Supermanket fue una decisión relativamente tranquila, pues al partir con el negocio definí un tiempo de 18 meses para tratar de sacarlo adelante. Me prometí no seguir si no había nada interesante porque es muy fácil nublarse en el camino. Esto me sirvió para tener un juicio objetivo sobre la viabilidad de continuar. Uno siempre piensa que el futuro será distinto, pero eso se puede convertir en una ilusión, empezando a pedir préstamos que no podremos pagar y matando la posibilidad de emprender nuevamente a futuro porque hicimos demasiado daño a nuestras cuentas. Es mejor definir todo en un inicio, cuando tenemos la cabeza fría.

VALLE DE LA MUERTE

GINO BUSTAMANTE



"UN EMPRENDEDOR SE JUEGA SU PATRIMONIO A DIARIO"

Master in Business and Administration de la Universidad Técnica Federico Santa María y Master en Economía de la Universitat Politècnica de Catalunya.
Fundó dos empresas fallidas Idontek y Angel Spa, Centro de Wellnes y Holístico que debió cerrar por crisis y no viabilización económica. Hoy se desempeña como fundador y Ceo de ICARUS-CL, aceleradora de emprendimientos en etapa de desarrollo. Además es Socio-Fundador & Gerente de Negocios de FrontEnd Studios Chile, empresa de oferta de servicios y productos especializados.

Partí emprendiendo en el año 2010 durante el segundo semestre, los inicios fueron duros ya que salté de tener un sueldo mensual estable, a jugarme los muy pocos ahorros que tenía para sacar adelante mi primera empresa y hacerla rentable. Honestamente tenía para sobrevivir económicamente un mes, por lo tanto teníamos que ofrecer buenos servicios y productos para que nos compraran rápido.

La progresión del negocio fue tan exitosa en algunos momentos, que perdí la noción de la realidad, mi primera empresa llegó a vender en su segundo año de vida USD$1.000.000, lo cual sin duda produce vértigo para una empresa pequeña. Luego pasé por una crisis muy fuerte que casi tumbó este emprendimiento exitoso. Actualmente pasó la crisis y me enseñó que debo diversificar mis esfuerzos para que las crisis pasen solo como un suave oleaje en el mar y soportarlo.

Lo principal para entender que estás en un mal momento es siempre manejar un listado de los posibles riesgos de nuestras actividades cotidianas, creo que lo más importante es la máxima que dice “Un emprendedor se juega su patrimonio a diario”, por ende, cualquier actividad que realizamos nos expone a un riesgo que debemos mantener acotado y manejado con algún plan de mitigación en caso que se haga realidad.

Principalmente el tema económico y patrimonial es un riesgo constante. Así, en caso que se materialice alguna catástrofe tendrás blindados tus activos personales para que estos no sean impactados por problemas económicos propios del emprendimiento. Otro punto importante es entender que si algo va mal, puede ir peor, por lo tanto ante cualquier revés desfavorable debes estar preparado para lo peor, así que la estrategia utilizada por mí ha sido tomar una posición bastante defensiva y protectora, casi de subsistencia para no caer más profundo.

En el año 2013 e inicios del 2014 pasé una crisis y sin duda fue este criterio de subsistencia lo que me mantuvo a flote.

Siempre es necesario estar pensando que el fracaso está a la vuelta de la esquina. Normalmente, una crisis llega de forma abrupta e inesperada, muchas veces son por razones exógenas, pero también tenemos algunas endógenas. Lo importante siempre es mantener actualizado el listado de riesgos y sus respectivos planes de mitigación.

Resiliencia es la clave para subsistir en el valle de la muerte, convicción de que estás ofreciendo un producto/servicio de alta calidad y que no fracasaras en el intento. Actualmente se está produciendo una dicotomía respecto del financiamiento, he visto un sin número de emprendedores poniendo primero el financiamiento por sobre la creación del producto/servicio. La verdad, es que lo primero es la definición y construcción de algún prototipo, luego monetizar de alguna forma que no sea financiada por terceros, testea rápido tu solución y valida si vale la pena. Una vez que tienes cubierto lo anterior, construye un plan de expansión y ve tu necesidad de capital, recién en ese momento evalúa la forma de financiamiento para aguantar y crecer de manera inorgánica. Mi consejo es primero evaluar fuentes de financiamiento familiar, luego estatales como por ejemplo un Capital Semilla y, en último caso, Fondos de Capital.

Una crisis es algo momentáneo y sabes que lo es, siempre lo sabes, si no sabes reconocerlo, desafortunadamente debo decir que no conoces tu negocio. Qué metodología apliqué, la más antigua de todas, sentido de supervivencia y protección. No hay una receta, guías hay muchas, pero condiciones especiales también y sabores distintos en cada crisis, por lo tanto es imposible señalar la mejor forma de salir.

Sin duda lo peor de una crisis en emprendimiento es que efectivamente trasciende a tu entorno familiar y círculo social. Puedo señalar de manera tajante que una crisis sirve como medio depurador, al Estilo Darwiniano, ya que filtra lo bueno de lo malo, las personas que quedan y/o te apoyan, antes, durante y después de una crisis son las personas que deberían estar siempre durante el resto de tus días, los demás que sigan su camino y bien lejos.

El mejor consejo que me dieron en esta instancia fue aguanta, sobrevive que luego podrás contarlo.

VALLE DE LA MUERTE

ROBERTO IBÁÑEZ



"EL VALLE DE LA MUERTE ES MUCHO PEOR SI SE ESTÁ SOLO"

Ingeniero Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez, joven emprendedor, fundador y socio de la empresa de marketing TOUCH y del restaurante TARINGA, kitesurfista y miembro del directorio de Marsol, Stars Investments, y Fundación Ibañez Atkinson. También miembro del comité de AEF Futuro.

De un día para otro la noticia de un melanoma cambió mi vida, viví la angustia de saber que podría morir y a partir de esta dolorosa experiencia decidí fundar Celebraciones con Sentido, emprendimiento social que busca a través de todo tipo de celebraciones, recaudar fondos para apoyar proyectos sociales de alto impacto. Además, estoy a punto de publicar mi libro o guía sobre cómo sobrevivir un cáncer, llamado Mierda Tengo Cáncer (¿Qué Hago?).

Touch, nuestro principal emprendimiento, comenzó en Diciembre del 2004, al principio éramos José y yo, fuimos compañeros de universidad en la UAI y teníamos el sueño de tener nuestro propio negocio. Conversábamos en los recreos sobre posibles ideas, teníamos 20 años, poca experiencia pero sí mucha motivación.

Ambos habíamos visto crecer los negocios familiares de nuestros padres y, también nos había tocado trabajar en ellos de alguna manera u otra. Yo personalmente trabajé en supermercados casi todos los veranos de mi vida. Frutas y verduras, panadería, pescadería, etc. Creo que esa formación y conocimiento fue fundamental para la formación y crecimiento de Touch.

Nuestros primeros clientes fueron muy comprensivos y entendían que si no nos realizaban pagos anticipados, para nosotros era imposible realizar los trabajos, una de las grandes barreras para todo emprendimiento es conseguir créditos bancarios.

Hoy Touch va a cumplir 10 años, factura un promedio de $US10 MM anualmente, trabajan 50 personas de manera fija y subcontrata a más de 15.000 jóvenes que trabajan en sus diversas campañas cada año.

Entendimos que los malos momentos pueden venir por diversas causas, por ejemplo puedes estar falto de caja, las ventas pueden estar caídas, el equipo ha perdido motivación, tienes mucho trabajo y poco equipo, lo que es un gran problema, etc. ¡Nosotros las hemos vivido todas!

Para poder entender que estás en un mal momento, primero hay que saber mucho del oficio del negocio en el que estás metido. Sólo aquellos que conocen cómo funciona cada pieza de su negocio pueden entender y sentir qué partes de la máquina están funcionando bien, cuáles más o menos y cuáles mal. Por ejemplo en nuestro negocio de servicios, las personas juegan un rol fundamental. Puedes tener buenos clientes, excelentes ventas, un período de cobranza aceptable, pero un equipo desmotivado o cansado puede causar una crisis no menor.

La capacidad de mejorar viene cuando existe un compromiso ineludible de los fundadores, altas gerencias y este se logra regar hasta el último empleado. Básicamente una muestra de buen liderazgo, un sentido positivo de trabajo y de querer sacar las cosas adelante. Tu equipo te tiene que seguir y confiar en que saldrán de ese mal momento.

Yo siempre digo que saber fracasar es muy importante, tener tolerancia te ayuda a entender qué hiciste mal para así poder corregirlo en una segunda o tercera instancia. Desde ese punto de vista uno fracasa constantemente, cuando pierdes una licitación, un cliente, cuando renuncia un talento que querías retener, cuando la competencia gana terreno, etc.

Recuerdo los primeros años, cuando las ventas estaban caídas, con Pepe nos sentábamos a sacar cuentas. Básicamente hacíamos la cuenta de la abuela y veíamos cuánta plata nos quedaba y cuánto tiempo nos duraría esta plata. Si el resultado eran 4 meses de operación, sabíamos que si no vendíamos nada en ese período, tendríamos que cerrar. Así le poníamos todo nuestro esfuerzo, nos motivábamos mutuamente y creo que también lográbamos motivar a nuestro equipo, que básicamente eran compañeros de universidad y del colegio quienes habían decidido acompañarnos.

El valle de la muerte es mucho peor si se está solo que acompañado por otros sabios que ya hayan vivido este proceso. Una buena recomendación y algo que hemos hecho siempre en Touch, es tener un buen directorio, gente de confianza que participan de manera activa y que han logrado meter en su sistema el oficio de la compañía. Aparte de esto yo siempre he recurrido a mis padres y hermanos quienes son todos empresarios emprendedores, sé que el consejo más sincero viene de parte de ellos.

Los primeros 5 años fueron dedicados casi en un 100% a la compañía, dejamos poco tiempo para hacer otras cosas, partimos con 20 años y nos podíamos dar ese lujo. Uno está siempre al borde durante ese período y, esto obviamente trajo repercusiones en mi familia y círculo social.

Terminé muy enfermo debido a una baja importante en mi sistema inmune. Algo que hoy he logrado revertir siguiendo un excelente consejo que me dio mi mamá que un día me sentó y me dijo ¿Roberto sabes cuál es el origen de la palabra negocio? negocio viene del latin Neg-Otium, que significa negar el ocio. Por lo tanto primero debe existir el ocio para luego poder negarlo. En el ocio es cuando se te ocurren las mejores ideas, cuando logras relajarte y pensar Out Of The Box, si no tienes buenos momentos de ocio, luego es muy difícil negarlo.

Efectivamente hoy trato de tener un correcto equilibrio entre ambas partes, algo que me ha ayudado muchísimo a mantener una buena salud mental y física. Y básicamente poder seguir adelante con los distintos negocios en los que estoy metido.

A los 30 años estoy muy feliz con el camino del emprendimiento, no me veo haciendo otra cosa que emprender, no es fácil ser empresario y emprendedor, las responsabilidades son inmensas, pero si haces las cosas bien y de la manera correcta, los beneficios son tremendos.

Para mí la idea de poder contribuir con Chile y con su crecimiento siempre ha sido parte de mi norte como emprendedor. Saber que uno da empleo y logra crecer en conjunto con otros que creen en tu proyecto es una tremenda satisfacción.